IL MONDO DEL CINEMA E IL SUO BUSINESS
BOXOFFICE
www.boxofficebiz.it
ANNO XXIX - N. 4 - aprile 2025
FINANZIAMENTI
Tutti i contributi ministeriali ai festival
MARKETING
Intervista a Emanuela Ceddia di I Wonder Pictures
ANALISI
L'andamento degli incassi nei giorni della settimana
SCENARI
L'effetto Trump su Hollywood
FC TORINO PIEMONTE, 25 ANNI A FIANCO DEL CINEMA
RIPERCORRIAMO LA STORIA E I TRAGUARDI DI UNA DELLE FILM COMMISSION ITALIANE PIÙ ATTRATTIVE, CON 228 PRODUZIONI AUDIOVISIVE SOSTENUTE SOLO NEL 2024 E FORTE DI FONDI CHE SUPERANO GLI 8 MILIONI DI EURO. LA PRESIDENTE BEATRICE BORGIA E IL DIRETTORE PAOLO MANERA RACCONTANO RISULTATI, SFIDE E STRATEGIE PER RENDERE LA REGIONE UNA DESTINAZIONE SEMPRE PIÙ COMPETITIVA NEL PANORAMA GLOBALE
DUESSE MEDIA NETWORK - € 1,55 - Pubblicazione mensile - Poste Italiane s.p.a. - Spedizione in Abbonamento Postale D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n°46) art.1, comma 1, DCB Milano

LA CASA DEGLI SGUARDI

UN FILM DI **LUCA ZINGARETTI**

CON GIANMARCO FRANCHINI FEDERICO TOCCI CHIARA CELOTTO ALESSIO MONETA RICCARDO LAI MARCO FELLI CRISTIAN DI SANTE FILIPPO TIRABASSI

DAL 10 APRILE AL CINEMA

SOGGETTO E SCENEGGIATURA GLORIA MALATESTA STEFANO RULLI LUCA ZINGARETTI LIBERAMENTE ISPIRATO AL LIBRO "LA CASA DEGLI SGUARDI" DI DANIELE MENCARELLI EDITO DA MONDADORI MONTAGGIO STEFANO CHIERCHIÈ FOTOGRAFIA MAURIZIO CALVESI MUSICHE MICHELE BRAGA EDIZIONI MUSICALI EMERGENCY MUSIC ITALY PRODUTTORE DELEGATO ZOCOTOCO ANGELA ZINGARETTI COSTUMI CHIARA FERRANTINI SCENOGRAFIA GIADA ESPOSITO SUONO MAXIMILIEN GOBIET AIUTO REGIA FRANCO NARDELLA ORGANIZZATORE GENERALE GIORGIO GASPARINI DIRETTORE DI PRODUZIONE ALESSANDRO STELLA CASTING CLAUDIA MIGNOSI SEGRETARIA DI EDIZIONE ILARIA RUCCO MONTAGGIO PRESA DIRETTA MARTA BILLINGSLEY FONICO DI MIX MARCO FALLONI ASSISTENTE AL MONTAGGIO GÉRALDINE TACCONI UNA PRODUZIONE BIBI FILM E CLEMART CON RAI CINEMA E STAND BY ME E ZOCOTOCO E CON IL SOSTEGNO DELLA DIREZIONE GENERALE CINEMA E AUDIOVISIVO PRODOTTO DA ANGELO BARBAGALLO GABRIELLA BUONTEMPO MASSIMO MARTINO REGIA DI LUCA ZINGARETTI

LUCKY RED

FINORA CI HA TENUTI A GALLA IL CINEMA ITALIANO. E ADESSO?

In questo primo scorcio del 2025, il mercato cinematografico deve gran parte dei suoi risultati a un protagonista ben preciso: il cinema italiano. È stato proprio il nostro comparto produttivo a reggere le sorti del botteghino, con uno slancio a tratti sorprendente, alimentato da titoli capaci di attivare un circolo virtuoso fatto di passaparola e curiosità.

I numeri parlano chiaro. Nei primi due mesi dell'anno, le produzioni italiane hanno registrato performance superiori a quelle dei titoli statunitensi: a gennaio, la quota di mercato del cinema nazionale ha raggiunto il 47,8%, superando di slancio il 38,9% dei film a stelle e strisce; a febbraio il trend si è mantenuto solido, con il 40% di share contro il 39% degli omologhi hollywoodiani. Risultati che hanno permesso di chiudere il bimestre inaugurale con un incremento significativo del box office complessivo rispetto allo stesso periodo del 2024: +13% a gennaio e +7,3% a febbraio.

E se, mentre scriviamo, il mese di marzo non ha ancora terminato la sua corsa, possiamo affermare che l'exploit di *FolleMente* ha rappresentato il perno attorno al quale ha ruotato la tenuta del mercato anche in questo terzo mese dell'anno. Segno tangibile di una cinematografia in grado di intercettare i gusti e le esigenze di un pubblico sempre più alla ricerca di storie radicate nella nostra sensibilità culturale.

Questi risultati sanciscono, ancora una volta, il progressivo depotenziamento della carica hollywoodiana nei primi mesi dell'anno. Un trend ormai consolidato, che non può più essere giustificato dagli scioperi dell'industria americana e che conferma l'importanza strategica di un'offerta locale ampia e di qualità. Basti guardare alla Spagna: priva di un simile supporto da parte della produzione nazionale, il mercato iberico arranca, dimostrando quanto sia determinante il ruolo del cinema domestico nel garantire tenuta e crescita.

Guardando al futuro immediato, però, le incognite non mancano. Anche quest'anno aprile si preannuncia un mese di transizione (basti ricordare il -31,9% registrato nell'aprile 2024 rispetto all'anno precedente) e, a eccezione delle produzioni hollywoodiane *Minecraft* e *Thunderbolts**, l'offerta rimane poco incisiva. Per trovare un'accelerazione significativa occorrerà attendere la fine di maggio, quando arriveranno sul grande schermo *Lilo & Stitch* e *Mission: Impossible - The Final Reckoning*, i due "carichi da novanta" chiamati a fare da apripista in una stagione estiva che si preannuncia ricca di grandi titoli e franchise importanti. Fino ad allora, sarà fondamentale stringere i denti, valorizzando al meglio il prodotto in sala e lavorando di cesello, promuovendo al meglio (e con il giusto anticipo) i titoli di maggiore appeal.

di **Paolo Sinopoli**

SOMMARIO

© Ivana Sunjic/courtesy of Film Commission Torino Piemonte

regia di **luca lucini**

l'AMORE, in TEORIA

nicolas maupas **martina gatti** **caterina de angelis**

francesco colella e con **francesco salvi**

VISION DISTRIBUTION E INDIANA PRODUCTION PRESENTANO "L'AMORE, IN TEORIA" REGIA DI LUCA LUCINI NICOLAS MAUPAS MARTINA GATTI CATERINA DE ANGELIS FRANCESCO COLELLA E CON FRANCESCO SALVI UNA PRODUZIONE INDIANA PRODUCTION E VISION DISTRIBUTION IN COLLABORAZIONE CON SKY IN COLLABORAZIONE CON NETFLIX MINISTERO DELLA CULTURA OPERA REALIZZATA CON IL CONTRIBUTO DEL FONDO PER LO SVILUPPO DEGLI INVESTIMENTI NEL CINEMA E NELL'AUDIOVISIVO PRODOTTO DA MARCO COHEN BENEDETTO HABIB FABRIZIO DONVITO DANIEL CAMPOS PAVONCELLI PER INDIANA PRODUCTION ORGANIZZATORE GENERALE ALBERTO MONTE AIUTO REGIA MIGUEL LOMBARDI SUONO IN PRESA DIRETTA ROBERTO MOZZARELLI A.I.T.S CASTING VALENTINA MATERIALE U.I.C.D TRUCCO PAOLA BREDA ACCONCIATURE ELISABETTA FLOTTA COSTUMI ELENA MATILDE CAVALLARO SCENOGRAFIA AMOS CAPARROTTA MONTAGGIO LUCA ANGELERI FOTOGRAFIA MANFREDO ARCHINTO A.I.C. MUSICHE ANDREA COTRONEO SOGGETTO GENNARO NUNZIANTE SCENEGGIATURA DI AMINA GRENCI TERESA FRAIOLI REGIA DI LUCA LUCINI

SOMMARIO

50

38

54

IL MONDO DEL CINEMA E IL SUO BUSINESS
BOXOFFICE
Anno XXIX N. 4
Aprile 2025

Direttore responsabile
Vito Sinopoli
Responsabile di redazione Paolo Sinopoli
Redazione Valentina Torlaschi
Hanno collaborato: Cristiano Bolla, Elisa Grando, Gabriele Niola

Impaginazione e fotolito Emmegi Group Milano
Responsabile coordinamento grafico Alda Pedrazzini
Coordinamento tecnico Paola Lorusso
plorusso@e-duesse.com
Traffico Elisabetta Pifferi
elisabetta.pifferi@e-duesse.com

Pubblicazione mensile 12 numeri all'anno
Poste Italiane s.p.a. - Spedizione in abbonamento Postale D.L. 353/2003 (Conv. in L. 27/02/2004 n° 46) art. 1, comma 1, DCB Milano Reg. Trib. Milano n. 238 del 7/5/94
Iscrizione Registro Nazionale della Stampa n. 9380 del 11/04/2001 - ROC n. 6794

Stampa Graphicscalve spa
Località Ponte Formello 1/3/4
24020 Vilminore di Scalve (BG)
Prezzo di una copia 1,55 euro (prezzo fiscale)
Arretrati 7,55 euro + spese postali
Abbonamento 25 euro via ordinaria

DUESSE MEDIA NETWORK S.r.l.
Via Goito, 11 - 20121 Milano
Tel. 02277961 - Fax 0227796300
www.duessemedianetwork.it

Questo numero di *Box Office* è stato chiuso in redazione il 21 marzo 2025

ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE EDITORIA DI SETTORE

Leggi le ultime notizie su
www.boxofficebiz.it
e iscriviti alla newsletter

a cura di **Elisa Grando**

TAX CREDIT, RINVIATA L'UDIENZA AL TAR

Era attesa per il 4 marzo l'udienza al Tar del Lazio per il ricorso dei piccoli produttori contro la nuova legge sui decreti di finanziamento al cinema e all'audiovisivo. Invece, la sentenza sul discusso nuovo Tax Credit è stata rinviata al prossimo 27 maggio 2025. Il motivo è legato al decreto correttivo che dovrebbe andare a sistemare proprio le criticità maggiori esposte nel ricorso e che sarebbe attualmente al vaglio della Ragioneria di Stato. Le nuove direttive avrebbero eliminato il vincolo di accordo con una primaria società di distribuzione cinematografica e anche la necessità di dimostrare che il 40% del costo di produzione dell'opera cinematografica sia coperto da risorse private, introducendo un limite alle misure di sostegno pubblico pari all'80% dell'opera.

DG CINEMA, IN ARRIVO NUOVO PERSONALE

A metà marzo, il sottosegretario alla cultura con delega al Cinema Lucia Borgonzoni ha reso noto che è in previsione un ulteriore aumento del personale per la Direzione generale Cinema del Ministero della Cultura. «Dopo essere cresciuta di sette unità – afferma Borgonzoni – nel giro dei prossimi sei mesi alla Direzione generale Cinema e Audiovisivo arriveranno altre 30 unità di personale aggiuntivo, a cui verrà fatta la formazione e che saranno di supporto per accelerare le pratiche e mettere in campo maggiori controlli».

VILLAGE ROADSHOW IN BANCAROTTA

Lo studio dietro a *Matrix*, *Joker* e *The LEGO Movie*, uno dei più noti produttori e finanziatori cinematografici, ha recentemente dichiarato bancarotta. Village Roadshow ha richiesto il Capitolo 11 in Delaware, con una cifra complessiva di debiti che ammonta a 223,8 milioni di dollari. La dichiarazione di bancarotta arriva in un momento delicato, mentre la compagnia è impegnata in una lunga e costosa battaglia legale con il suo partner storico, Warner Bros., per la release contemporanea in streaming e in sala di *The Matrix Resurrections* nel 2021.

IL SAN DIEGO COMIC-CON FARÀ TAPPA A MALAGA

Tra i principali eventi mondiali dedicati al mondo dei fumetti, del cosplay, del cinema e delle serie tv, il San Diego Comic-Con ha annunciato che organizzerà anche un'edizione in Europa, a Málaga, in Spagna, dal 25 al 28 settembre 2025. L'evento è frutto di un accordo con IMG Licensing.

LA NATO CAMBIA NOME IN CINEMA UNITED

La National Association of Theatre Owners, l'associazione degli esercenti con sede degli Stati Uniti che rappresenta 32.000 schermi negli US e più di 30.000 schermi in circa 100 Paesi, ha deciso di mutare la propria denominazione in Cinema United. Il motivo principale è di evitare di essere confusi con la più popolare North Atlantic Treaty Organization.

BREVISSIME

- Giuseppe Saccà si dimette dalla guida di Eagle Original Content
- David di Donatello 2025, Carlo Conti non sarà il conduttore
- Scomparso Andrea Borella, Head of Production di Notorious Pictures
- Se ne è andato Robert Bernocchi, noto giornalista, analista e critico cinematografico
- Nasce AKA LAB, laboratorio creativo ideato da Francesco Marchetti e Andrea Vailati
- Ha riaperto il Cinema Metropolitan di Napoli sotto la gestione di Circuito Cinema
- Giffoni Film Festival, Claudio Gubitosi lascia la direzione al figlio Jacopo

FILM COMMISSION TORINO PIEMONTE, 25 ANNI A FIANCO DEL CINEMA

RIPERCORRIAMO LA STORIA E I TRAGUARDI DI UNA DELLE FILM COMMISSION ITALIANE PIÙ ATTRATTIVE, CON 228 PRODUZIONI AUDIOVISIVE SOSTENUTE SOLO NEL 2024 E FORTE DI FONDI CHE SUPERANO GLI 8 MILIONI DI EURO. LA PRESIDENTE **BEATRICE BORGIA** E IL DIRETTORE **PAOLO MANERA** RACCONTANO RISULTATI, SFIDE E STRATEGIE PER RENDERE IL PIEMONTE UNA DESTINAZIONE SEMPRE PIÙ COMPETITIVA NEL PANORAMA GLOBALE

di **Paolo Sinopoli** – foto di **Ivana Sunjic**

È trascorso un quarto di secolo da quel 20 luglio 2000, anno in cui venne fondata la Film Commission Torino Piemonte e nominato presidente l'imprenditore locale Marco Boglione – padron della BasicNet, azienda quotata in Borsa l'anno precedente – affidando la direzione a Giorgio Fossati, anche in virtù della sua lunga esperienza in FIAT, al Cinefiat. In quell'anno la regione ospitò le riprese di 6 lungometraggi e 5 serie Tv. Numeri che, di anno in anno, sono cresciuti a doppia e tripla cifra, fino a un 2024 in cui la film commission – guidata dal 2021 dalla Presidente Beatrice Borgia e dal Direttore Paolo Manera dal 2015 – è arrivata a sostenere ben 228 produzioni audiovisive italiane e internazionali sul proprio territorio. FC Torino Piemonte è ormai una realtà strutturata e dal know-how consolidato, in grado di gestire progetti di qualunque dimensione, compresi grandi blockbuster hollywoodiani. Forte di un Piemonte Film Tv Fund che nel 2025 è passato da 4 a 7 milioni di euro, ha portato il sostegno complessivo – tra fondi e servizi – a oltre 8 milioni. In questi 25 anni è stata la "casa" di numerosi film e serie Tv passati alla storia, apprezzati dal pubblico, e vincitori di numerosi premi. Tra i primi titoli di maggior richiamo ricordiamo *La meglio gioventù* di Marco Tullio Giordana e le diverse stagioni di *Elisa di Rivombrosa*, uno dei più grandi successi televisivi di quegli anni e uno dei primi case-studies italiani di "cineturismo". Tantissimi anche gli autori italiani che hanno girato i propri film, come Paolo Sorrentino, Saverio Costanzo, Sergio Castellitto, Marco Bellocchio, Susanna Nicchiarelli e Neri Marcorè. Il salto di qualità avviene nel 2018, quando Film Commission Torino Piemonte annuncia il Piemonte Film Tv Fund che attrae le prime produzioni audiovisive estere, e crea il Torino Film Industry, uno spazio di incontro e mercato per produttori. Nel 2019 vengono superate le 200 produzioni che si affidano alle cure della film commission, tra cui l'imponente produzione di *The King's Man - Le origini* di Matthew Vaughn, con 100 professionisti locali ad affiancare i 300 tecnici internazionali. E negli ultimi anni l'elenco di top titles cresce senza sosta con le riprese del blockbuster americano *Fast X* e del pluripremiato *Le otto montagne*, a cui si aggiungono serial di successo come *L'amica geniale 4* e *La legge di Lidia Poët*, fino all'anno record del 2023 per numero di progetti sostenuti, giornate di riprese sul territorio (1.300, con una media di 4 set in contemporanea per ogni giorno dell'anno) e impatto economico.

Venticinque anni di attività è un traguardo importante. Quali sono i principali risultati raggiunti da Film Commission Torino Piemonte in questo lasso di tempo?

Beatrice Borgia: Oggi siamo un punto di riferimento per l'industria audiovisiva, sia in Italia che a livello internazionale. Film Commission Torino Piemonte è stata la prima a sviluppare un modello che unisce servizi, incentivi ed eventi, non solo supportando i progetti selezionati ai festival, ma anche organizzando anteprime sul territorio e incontri per i professionisti del settore. Abbiamo una sede che è ormai un punto di riferimento per le produzioni che scelgono il nostro territorio, in particolare per chi vi si stabilisce per lunghi periodi. Inoltre, siamo stati i primi a mettere in piedi un sistema di incentivi finanziari per tutte le tipologie di prodotto audio-

Da sinistra, Steve Della Casa, Marco Boglione, Giorgio Fossati, Davide Bracco, Beatrice Borgia, Paolo Damilano e Paolo Manera

Dopo mezzanotte di Davide Ferrario (2004)

visivo, inclusi corti, doc, lungometraggi, serie Tv e animazione. Seguiamo tutte le fasi della lavorazione, dallo sviluppo alla distribuzione, e siamo in grado di ospitare progetti di ogni dimensione, incluse grandi produzioni internazionali come *Fast & Furious* e *The King's Man*.

Quali sono i vostri punti di forza distintivi che vi rendono una delle film commission più attrattive a livello italiano?

Borgia: I nostri punti di forza derivano da una combinazione di fattori, in primis dalla strettissima sinergia con le istituzioni locali che ha portato all'importante potenziamento degli strumenti di sostegno messi a disposizione dalla Regione Piemonte: un risultato ottenuto grazie alla concreta collaborazione con l'Assessore alla Cultura Marina Chiarelli e con l'Assessore alle attività produttive Andrea Tronzano che ha concretizzato un netto cambio di passo. Un insieme di azioni strutturate che coinvolgono anche le Fondazioni bancarie: centrale il ruolo di Compagnia di San Paolo che dal 2023 sostiene il Fondo sviluppo, progettualità che guarda al nuovo cinema e alle produzioni indipendenti che ci permette inoltre di rafforzare azioni mirate di networking internazionale. Non ultima la più recente collaborazione attivata con Ceipiemonte che offre l'opportunità di essere presenti sui mercati esteri come sistema Piemonte, insieme alle società di produzione piemontesi. Oltre a tutto questo vorrei poi evidenziare il valore delle location che offriamo, estremamente variegate, che ci permettono di rappresentare anche città come Parigi, Roma e Milano, oltre alla presenza di montagne, laghi e campagne – ci manca solo il mare. Poi possiamo contare su una filiera di professionisti e talenti riconosciuti a livello nazionale e internazionale, supportata da numerose società di produzione e service che coprono ogni aspetto del processo, inclusi i più recenti virtual set. Infine, mettiamo a disposizione fondi e strumenti che supportano tutta la filiera, sia in senso verticale che orizzontale. Ci proponiamo come un "one stop shop", ossia un unico interlocutore, facilitando il contatto con enti pubblici e tutta la filiera locale, riducendo tempi, costi e complessità.

Come si è chiuso il 2024 e com'è iniziato quest'anno?

Paolo Manera: Il 2024 si è concluso con il supporto a 228 produzioni, in linea con gli anni precedenti, sebbene il biennio 2022/23 avesse registrato numeri record. E nonostante una flessione su scala nazionale nel numero di grandi produzioni e serie Tv girate rispetto al 2023, abbiamo assistito a un incremento di opere prime e seconde, nonché di produzioni locali. Il 2024 è stato anche l'anno in cui, grazie alla collaborazione con Regione Piemonte, abbiamo annunciato un aumento significativo degli investimenti a partire dal 2025. Il Piemonte Film Tv Fund è, infatti, passato da 4 a 7 milioni di euro, portando il sostegno complessivo – tra fondi e servizi – a oltre 8 milioni. Inoltre, lo scorso anno è stato ricco di sopralluoghi e studi di fattibilità, permettendoci di iniziare il 2025 con grande ottimismo: sono già ai nastri di partenza 10 produzioni cinematografiche e 5 serie Tv, a cui si aggiungono circa 50 progetti che prenderanno il via nel corso del 2025, o all'inizio del 2026.

Quali sono i progetti audiovisivi più importanti in cantiere nella vostra regione?

Manera: Tra i progetti più rilevanti in cantiere, le serie Tv sono senza dubbio quelle che hanno l'impatto maggiore in termini di giorni di riprese, personale coinvolto, spesa sul territorio e qualità. Attualmente stiamo seguendo la terza stagione di *Cuori* di Riccardo Donna per Rai, la terza stagione di *La legge di Lidia Poët* per Netflix, e la nuova serie *Una finestra vista lago* di Marco Pontecorvo per Rai, tratta dai libri di Andrea Vitali, oltre ad altri progetti che non possiamo ancora annunciare. Sono in cantiere anche 10 lungometraggi (compreso il nuovo film di Paolo Sorrentino, *La grazia*, girato a Torino a marzo scorso, *ndr*), di cui 9 sostenuti dal nostro fondo, tra cui molte opere prime e seconde. E come detto ci sono circa 50 progetti che hanno già effettuato sopralluoghi e studi di fattibilità.

Quali sono gli incentivi più vantaggiosi destinati ai film italiani che girano sul vostro territorio?

Borgia: Il fondo più significativo e capiente per le produzioni italiane è il Piemonte Film TV Fund di 7,5 milioni di euro, attivato dalla Regione Piemonte con i fondi strutturali FESR. In questo triennio abbiamo fatto grandi progressi, soprattutto per lungometraggi e serie Tv, con contributi che vanno dai 300.000 euro, per i primi, ai 400.000 euro per serial e animazione. A questi incentivi si aggiungono anche vantaggi come il supporto logistico della Film Commission, che mette a disposizione la propria sede per le produzioni, un servizio di location scouting e il contatto con maestranze locali altamente qualificate. In questo modo, le produzioni che scelgono il Piemonte non solo beneficiano di contributi economici importanti, ma anche di una filiera efficiente che permette di contenere i costi. Come ha ben sintetizzato il regista Bille August, che ha girato parte ❯

I PREMI PIÙ PRESTIGIOSI DEI FILM GIRATI CON FC TORINO PIEMONTE

David di Donatello 2002
- *Santa Maradona,* Marco Ponti – Migliore Regista Esordiente a Marco Ponti; Migliore Attore non Protagonista a Libero De Rienzo

Festival di Cannes 2003
- *La meglio gioventù,* Marco Tullio Giordana – Miglior film nella sezione Un certain regard

David di Donatello 2004
- *La meglio gioventù,* Marco Tullio Giordana – 6 premi tra cui Miglior film a Marco Tullio Giordana e Angelo Barbagallo; Miglior regia a Marco Tullio Giordana

Berlinale 2004 Forum
- *Dopo Mezzanotte,* Davide Ferrario – Caligari Film Preis, Don Quixote Award

David di Donatello 2005
- *Dopo Mezzanotte,* Davide Ferrario – Migliori Effetti Speciali Visivi

David di Donatello 2007
- *Mio fratello è figlio unico,* Daniele Luchetti – 5 premi tra cui Miglior sceneggiatura a Daniele Luchetti, Sandro Petraglia e Stefano Rulli; Miglior attore protagonista a Elio Germano; Miglior attrice non protagonista a Angela Finocchiaro

Nastri d'Argento 2008
- *La meglio gioventù,* Marco Tullio Giordana – 7 premi tra cui Regista del miglior film a Marco Tullio Giordana; Miglior produttore a Angelo Barbagallo

Festival di Cannes 2008
- *Il divo,* Paolo Sorrentino – Premio della Giuria

Mostra Internazionale d'arte cinematografica di Venezia 2009
- *La doppia ora,* Giuseppe Capotondi – Coppa Volpi Migliore Attrice a Ksenia Rappoport

David di Donatello 2009
- *Il divo,* Paolo Sorrentino – 7 premi tra cui Miglior attore protagonista a Toni Servillo; Migliore fotografia a Luca Bigazzi
- *Rata Neće Biti (La guerra non ci sarà),* Daniele Gaglianone – Migliore Documentario di Lungometraggio

David di Donatello 2010
- *Vincere,* Marco Bellocchio – 8 premi tra cui Miglior regia

Festa Internazionale del Cinema di Roma 2013
- *TIR,* Alberto Fasulo – Marc'Aurelio d'oro per il Miglior film
- *Dal profondo* – Valentina Pedicini - Premio Doc It - Prospettive Italia Doc per il Migliore Documentario italiano

Festival di Cannes 2018
- *Lazzaro felice,* Alice Rohrwacher – Prix du scénario

Torino Film Festival 2019
- *Fuori tutto,* Gianluca Matarrese – Miglior film documentario

David di Donatello 2021
- *Miss Marx,* Susanna Nicchiarelli – Miglior Produttore a Marta Donzelli e Gregorio Paonessa (Vivo Film con Rai Cinema) - Joseph Rouschop e Valérie Bournonville (Tarantula Belgique)

Biografilm 2022
- *After a revolution,* Giovanni Buccomino – Best Film Award | Concorso Internazionale

Festival Annecy Festival International du Film d'Animation 2022
- *Manodopera (Interdit aux Chiens et aux Italiens),* Alain Ughetto – Prix du Jury; Prix Fondation Gan a la Diffusion

EFA European Film Awards 2022
- *Manodopera (Interdit aux Chiens et aux Italiens),* Alain Ughetto – Miglior film d'animazione

Premio Oscar 2022
- *Tigers,* Ronnie Sandhal – rappresentante Svezia come Miglior film straniero

Festival di Cannes 2022
- *Le otto montagne,* Felix Van Groeningen e Charlotte Vandermeersch – premio della Giuria

Biografilm 2023
- *Sconosciuti puri,* Valentina Cicogna e Mattia Colombo – Audience Award | Concorso Internazionale

Globi D'Oro 2024
- *Confidenza,* Daniele Luchetti – Miglior attore a Elio Germano; Migliore sceneggiatura a Francesco Piccolo

Tribeca Film Festival 2024
- *Non dirmi che hai paura (Samia),* di Yasemin Şamdereli con Deka Mohamed Osman – Menzione speciale della Giuria nella sezione Best International Narrative Feature

Festival di Cannes 2024
- *I dannati,* Roberto Minervini – Miglior regia nella sezione Un Certain Regard

Berlinale Forum 2025
- *Canone effimero,* Gianluca e Massimiliano De Serio – Menzione speciale della Giuria Documentari

LA PAROLA AGLI

Forte di un enorme successo televisivo, il serial *Elisa di Rivombrosa* è stato uno dei primi case-studies italiani di "cineturismo"

de *Il conte di Montecristo* nella nostra regione, «Torino è una città *production friendly*». Le location, i professionisti, i servizi locali, l'ospitalità e la vicinanza tra i vari luoghi rendono il Piemonte un ambiente ideale per lavorare. Senza contare l'aspetto enogastronomico che arricchisce l'esperienza, creando un mix vincente che rende la nostra regione davvero unica.

Che tipo di servizi collaterali offrite per distinguervi sul mercato e rendervi sempre più competitivi?

Manera: Offriamo una gamma completa di servizi in tre fasi: prima, durante e dopo le riprese. Nel *prima*, durante il processo di scouting, mettiamo a disposizione location manager per la ricerca di location, assistiamo nella selezione di crew, fornitori e attori, agevolando l'avvio dei lavori. Nel *durante*, forniamo assistenza costante nelle riprese – anche grazie ai numerosi uffici competenti della Città di Torino che svolge un ruolo centrale in questa fase – anche per le produzioni più complesse. Siamo in grado di interagire efficacemente con enti locali, comuni e amministrazioni pubbliche per facilitare ogni fase del processo. Ad esempio, per *Fast & Furious*, o la serie *Gangs of Milano* (la seconda stagione di *Blocco 181*), siamo stati un punto di riferimento nella gestione quotidiana delle complessità, interfacciandoci non solo con uffici comunali, ma anche con associazioni di commercianti,

STEVE DELLA CASA:
«Sette anni di presidenza in Film Commission sono stati fondamentali per la mia carriera. Intanto perché ho avuto la possibilità di lavorare con persone come Paolo Manera e Donatella Tosetti, che hanno poi dimostrato con i miei successori quanto valevano. E poi perché ho avuto l'opportunità di condividere il mio lavoro con il grande Paolo Tenna. Infine perché sapere che Paolo Sorrentino sceglieva Torino per ambientare la Roma de *Il divo*, che Montaldo faceva lo stesso con la San Pietroburgo zarista de *I demoni di san Pietroburgo* e che anche Antonello Grimaldi avrebbe ambientato da noi *Il mostro di Firenze* mi spinse a confermare lo slogan creato dal mio amico Giorgio Fossati: *A Torino c'è anche il mare*: un bel sogno, che è diventato realtà sotto i miei occhi».

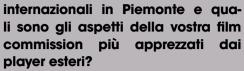
PAOLO DAMILANO:
«2013-2021: otto anni come Presidente di Film Commission Torino Piemonte, otto anni straordinari e bellissimi in cui, insieme ai collaboratori e a tutti i partner, ho potuto vedere quanto la nostra Film Commission sia importante, sia a livello nazionale che internazionale, e quanto beneficio porti al territorio in termini di ricaduta economica, di continuità e crescita per tutte le maestranze e le imprese, ma soprattutto per la grande valorizzazione del nostro territorio, grazie a uno strumento di comunicazione e promozione unico come solo il cinema e l'audiovisivo sanno essere».

EX PRESIDENTI

MARCO BOGLIONE:
«Quando nel 1999 il Presidente della Regione Piemonte e il Sindaco di Torino, Ghigo e Castellani, mi parlarono dell'idea di creare dal nulla una Film Commission, dicendomi che era qualcosa di totalmente nuovo e che sarebbe stata una sfida perfetta per me, accettai immediatamente. Incontrai Giorgio Fossati che, grazie alla sua esperienza a Cine Fiat, mi portò la sua visione. Dì lì a poco Giorgio e io eravamo a Cannes come direttore e presidente di FCTP a incontrare produttori di rilievo, chiedendo loro di pensare a Torino per i loro progetti. Dicemmo loro che a Torino si sarebbero sentiti a casa. "If you come to shoot in Turin, you'll have a home". Funzionò. Arrivarono le telefonate e i primi ciak. Inventammo poi anche l'idea di un quartier generale, la "casa dei produttori" appunto, inaugurata poi nel 2008 in Via Cagliari. Il grande lavoro di Fossati, unito alla sua credibilità nel mondo del cinema e le puntuali presentazioni ai maggiori festival europei, fecero la differenza. Di lì a poco la Film Commission non si fermò più».

Sopra, *Santa Maradona* di Marco Ponti (2001); sotto, la mini-serie di Bille August, *Il conte di Montecristo* (2025), con protagonista Sam Claflin

la Soprintendenza Archeologia Belle Arti e Paesaggio, e associazioni di cittadini, nonché con i media. Nel *dopo*, continuiamo a supportare le produzioni a livello marketing, collaboriamo alla promozione durante i festival, alla distribuzione e alla presenza nelle sale, garantendo un'ampia visibilità e offrendo anche contributi dedicati a queste attività. Non abbandoniamo mai i progetti una volta terminate le riprese. Ogni anno organizziamo circa 20 anteprime e partecipiamo attivamente a numerosi eventi, contribuendo alla visibilità dei film nelle sale di Torino e della regione, con eventi che si svolgono anche 3-4 volte a settimana.

Su quali leve investite per favorire l'arrivo di produzioni audiovisive
internazionali in Piemonte e quali sono gli aspetti della vostra film commission più apprezzati dai player esteri?

Borgia: Una delle leve più importanti per favorire l'arrivo di produzioni audiovisive internazionali in Piemonte è sempre il passaparola. Più grandi produzioni come *The King's Man* vengono girate nella nostra regione, più si creano nuove opportunità con player esteri. Si tratta di un lavoro di semina che finora ha dato i suoi frutti: abbiamo iniziato a presentarci non solo ai mercati europei, ma anche in Stati Uniti, Canada e Londra, per far conoscere il potenziale produttivo del nostro territorio. La nostra regione viene spesso definita una «gemma nascosta», di cui ancora pochi conoscono tutte le potenzialità, pertanto uno degli obiettivi principali è generare awareness. A tal fine, abbiamo realizzato alcuni video che raccontano le storie dei film girati qui. Questi strumenti di comunicazione sono pensati per parlare in modo rapido ed efficace a un pubblico internazionale, a cui aggiungiamo pubblicità in inglese su importanti riviste trade internazionali, tra cui *Italian Cinema* (allegato trimestrale bilingue di *Box Office*, *ndr*). Tra gli aspetti più apprezzati dai player esteri ci sono sicuramente le location, che sorprendono non solo per la loro bellezza, ma anche per la loro accessibilità. Invece i fondi, pur essendo importanti, sono considerati più rilevanti per le produzioni nazionali.

Manera: Nel tempo abbiamo sviluppato un contatto diretto con i principali produttori esecutivi italiani che collaborano con le grandi produzioni internazionali. E non ci siamo limitati solo al mercato anglo-americano, ma abbiamo intercettato anche la produzione audiovisiva tedesca, svizzera, francese, spagnola, svedese e persino Bollywood. Ogni esperienza internazionale ha garantito un salto professionale significativo per i nostri professionisti locali. In questo modo abbiamo contribuito all'internazionalizzazione del Piemonte come filiera produttiva.

In un mercato audiovisivo in continua crescita ed espansione, come vi state adattando per intercettare questa domanda e competere con gli altri territori?

Manera: Stiamo attraversando un momento di grande cambiamento nel ❯

Una delle produzioni hollywoodiane più imponenti che hanno girato in Piemonte è stata *Fast X* (2023) con Vin Diesel

Presentazione del fondo sviluppo a Venezia, con Compagnia di San Paolo, Regione Piemonte e MIA Market

mercato audiovisivo. La nostra regione ha la possibilità di competere non solo attraverso servizi e fondi, ma presentandosi come un'intera filiera, un vero e proprio ecosistema come già detto, per entrare in contatto con i mercati internazionali e individuare nuovi partner. Inoltre, grazie al progetto Torino Film Industry, ci siamo impegnati come catalizzatori e aggregatori di altri attori locali del settore cinematografico. Vogliamo essere visti come un'entità aperta, un punto di incontro che favorisce la collaborazione tra i vari soggetti piemontesi.

In che percentuali si suddivide la presenza di film, serie Tv e documentari che vengono a girare nella vostra regione a livello annuale?

Manera: Nel 2024, abbiamo sostenuto 19 lungometraggi, tra cui numerose opere prime e seconde, 6 serie Tv (in flessione rispetto alle 19 del 2023), 26 documentari e 55 cortometraggi, grazie anche alla stretta collaborazione con l'Università degli Studi di Torino e il Politecnico di Torino. Inoltre, siamo orgogliosi di aver supportato 122 titoli aggiuntivi tra spot pubblicitari, format Tv e videoclip e progetti corporate che, pur non usufruendo dei nostri bandi, beneficiano dei nostri servizi. Rappresentano un valore aggiunto significativo, garantendo continuità ed esperienza, a maggior ragione nei periodi di minore attività.

Nel corso degli anni il Piemonte è stata location di numerosi titoli di successo. Qual è stato il valore aggiunto per la regione in termini di visibilità e turismo?

Manera: È evidente che l'impatto del cinema e delle produzioni audiovisive vada oltre l'effetto industriale e l'immediato ritorno economico. Alcuni titoli hanno un effetto moltiplicatore significativo in termini di visibilità e turismo. In questo senso, il Piemonte è stato pioniere con *Elisa di Rivombrosa* nel 2004, che ha attirato un numero crescente di visitatori al Castello di Agliè. Prima delle Olimpiadi del 2006, Torino non era ancora ben conosciuta, ed *Elisa di Rivombrosa* ha generato il primo vero caso di cineturismo. Più recentemente, *La Legge di Lidia Poët*, una delle serie Netflix più viste e con una grande visibilità internazionale, ha avuto un impatto simile, stimolando un notevole interesse turistico e dando vita a due itinerari: uno dedicato alle location della serie, e l'altro ai luoghi legati alla vera Lidia Poët, la prima donna avvocato in Italia con un forte impegno sociale e politico. I percorsi vanno dalle valli Valdesi a Pinerolo e sono arricchiti da importanti allestimenti museali.

Come state sviluppando il cineturismo?

Manera: Oltre a supportare progetti già esistenti e in fase di sviluppo, abbiamo dato vita a una nuova ambiziosa iniziativa. Partendo da Palazzo Civico, il Municipio di Torino, abbiamo creato un percorso turistico innovativo con totem interattivi e video testimonianze di registi, attori e professionisti del cinema, come Claudio Bisio, Giulio Base, Davide Ferrario, Pier Giorgio Bellocchio, e diversi location manager. Tutto fruibile direttamente tramite smartphone. Inoltre, abbiamo collaborato con *Corriere Torino* per realizzare un ebook che esplora come la città è stata raccontata da cinema e televisione in oltre un secolo.

Un momento sul set de *Il Divo* di Paolo Sorrentino (2008)

Quanti posti di lavoro diretti e indiretti genera oggi l'industria audiovisiva in Piemonte?

Manera: Possiamo fare affidamento su una filiera vasta e articolata, con vari livelli di engagement. Sul nostro sito web, attraverso la *production guide*, presentiamo professionisti consolidati, attori e attrici residenti in Piemonte, insieme a giovani talenti emergenti del set che ancora non sono formati come professionisti, per un totale di circa 1.000 individui e 400 società. Nel 2024, grazie alla collaborazione con Piemonte Lavoro, è stata mappata l'entità del settore, stimando circa 10.000 contratti annuali, dalle collaborazioni brevi a quelle più durature e stabili. Inoltre, ogni giorno circa 500 persone accedono alla sede di FC Torino Piemonte, dimostrando che si tratta di un'industria tutt'altro che marginale.

Qual è il ritorno economico sul territorio per ogni euro investito dai set cinematografici e televisivi?

Borgia: Da due anni rendicontiamo in modo trasparente i risultati attraverso il nostro Bilancio Sociale, un processo e un prodotto disponibile online che ha richiesto un cambiamento di mentalità e di approccio alla gestione dei dati. In passato non eravamo così strutturati, ma abbiamo voluto certificare i risultati con il Dipartimento di management di un ente terzo, come l'Università degli Studi di Torino. Il ritorno economico più significativo è stato registrato per serie Tv e lungometraggi, che offrono un ritorno strutturale di circa 5 volte l'investimento. Tuttavia, i moltiplicatori possono arrivare fino a 15x e 20x se consideriamo tutti i film e le serie Tv girate sul nostro territorio, indipendentemente dal fatto che abbiano usufruito dei nostri fondi. Un esempio sono le grandi produzioni americane, che non beneficiano dei nostri finanziamenti, ma a cui comunque offriamo i nostri servizi.

Che tipo di sinergia avete stretto con la Regione Piemonte e con le singole città? ❯

Da sinistra, Paolo Damilano, Steve Della Casa, Marco Boglione e Beatrice Borgia

Lo staff di Film Commission Torino Piemonte insieme al direttore Paolo Manera (al centro)

Un altro progetto internazionale di grande richiamo girato in Piemonte è stato *The King's Man - Le origini di Matthew Vaughn* (2021)

L'Assessore Marina Chiarelli interviene alla presentazione dei dati 2024 di FCTP insieme all'Assessore Tronzano e all'Assessore della Città Rosanna Purchia

Borgia: Abbiamo un rapporto molto stretto con la Regione Piemonte, che è nostro socio fondatore. Inoltre, abbiamo avviato un programma mirato a mettere in rete le diverse città e province della regione, per garantire un impatto diffuso su tutto il territorio attraverso un protocollo di intesa. Lavoriamo in modo proattivo con i Comuni principali e con chiunque sia interessato a far parte di questa Rete regionale. Offriamo location e definiamo accordi per l'utilizzo di suolo pubblico e location (sia pubbliche che private), facilitando enormemente i movimenti delle produzioni. Sebbene gran parte delle produzioni siano ancora concentrate su Torino, stiamo espandendo l'industria anche verso laghi, montagne, Langhe e colline, portando i benefici su tutto il territorio.

Manera: Oltre a questa rete capillare, stanno emergendo anche dei distretti. Ad esempio, l'area del Verbano-Cusio-Ossola e Novara, con il Lago Maggiore e d'Orta, stanno sviluppando un'identità forte, e la loro vicinanza consente di realizzare produzioni in luoghi strettamente correlati tra loro. In alcuni casi, sviluppiamo collaborazioni con fondazioni ed enti locali che si occupano di valorizzare specifici territori. Un esempio concreto è il nostro

progetto con la Fondazione Biellezza a Biella, dove abbiamo ideato un percorso per valorizzare le location e promuovere iniziative come la prima sessione di EuroDoc 2025, workshop di una settimana dedicato alla formazione dei produttori creativi di documentari. E stiamo progettando altre iniziative strutturate in altre aree del Piemonte.

Quanto è importante la formazione di maestranze a livello locale? Sono già in corso percorsi di formazione per ragazzi nelle scuole piemontesi?

Manera: La formazione delle maestranze locali è fondamentale. Abbiamo avviato numerosi workshop, collaborando abitualmente con diversi enti. Un esempio importante è Torino Film Industry, che prevede una parte del programma dedicata specificamente agli studenti e a chi è alle prime armi, offrendo formazione sui vari mestieri del cinema e dell'audiovisivo. Inoltre, stiamo sviluppando iniziative con le scuole, in collaborazione con Agis Piemonte, Aiace Torino e Piemonte Movie, per creare percorsi di proiezioni e incontri dedicati ai più giovani. Abbiamo anche ❯

DI FILM COMMISSION TORINO PIEMONTE DICONO CHE…

BILLE AUGUST
Regista
«Quando preparavamo *Il conte di Montecristo* abbiamo discusso molto su dove girare le scene principali, perché avevamo sei mesi di lavoro di fronte a noi. Dove potevamo ambientare le scene? Torino è stata una grande opportunità. Per la sua storia di capitale d'Italia e per i palazzi che poteva mettere a disposizione Torino era perfetta per il progetto e si è rivelata inoltre una città *film friendly* da molti punti di vista».

CARLO DEGLI ESPOSTI
Presidente di Palomar
«Il Piemonte e la sua Film Commission è da sempre un partner della Palomar con cui collaboriamo da anni, l'affidabilità è reciproca. È un territorio che ci ha sempre accolti con grande professionalità e passione, sostenendo progetti difficilissimi come *Noi credevamo*, il documentario su Mauro Rostagno e, più recentemente, *Il Conte di Montecristo*. È per noi importare avere questa certezza, potendo contare su un sistema che funziona e su persone che garantiscono standard professionali di assoluto livello».

PAOLO DEL BROCCO
Amministratore delegato di Rai Cinema
«Se le Film Commission sono ormai un'istituzione fondamentale per l'industria dell'audiovisivo è anche grazie al grande lavoro che il Piemonte ha svolto, tra i primi a livello nazionale. FC Torino Piemonte rappresenta da moltissimi anni un modello virtuoso sia per il sostegno alla produzione che per la promozione dei film in sala, rappresentando per Rai Cinema un solido e importante interlocutore. La collaborazione tra FCTP e Rai Cinema (che festeggiano entrambe 25 anni di "carriera") ha radici antiche. Nel tempo ha permesso di realizzare importanti opere dei grandi maestri del nostro cinema e dei nuovi oltre a film capaci di valorizzare la cultura e il territorio di Torino e del Piemonte: un lungo elenco, espressione di un connubio virtuoso destinato a durare nel tempo».

MARIO GIANANI
Fondatore di Our Flims
«Nella mia esperienza sia di produttore che di collaboratore nel cda del FIP ho potuto constatare che la città di Torino genera delle condizioni particolarmente favorevoli per le produzioni e condivido adesso come allora l'impegno per continuare a far crescere i talenti locali. Ricordo l'esperienza con *La Solitudine dei numeri primi* dal romanzo di Paolo Giordano e *Vincere* di Marco Bellocchio. Ricordo anche l'incontro con Paolo Tenna in quegli anni che ha aiutato moltissimo lo sviluppo del territorio con passione e dinamicità. La Film Commission per prima ha segnato la strada che altri hanno poi seguito, auguro di crearne e percorrerne tante altre ancora».

BENEDETTO HABIB
Partner & Producer di Indiana Production
«Indiana ha potuto nel corso degli ultimi anni apprezzare il lavoro di FCTP. L'aspetto più rilevante sono le competenze che siamo riusciti a trovare nel territorio, non limitate ai location manager, ma anche a figure professionali che ci hanno accompagnato per tutta la durata della produzione. È questo il risultato più importante raggiunto: un ambiente su tutto il territorio piemontese production friendly e professionalità locali, formate in questi anni, che vengono messe a disposizione e si integrano sempre perfettamente nei reparti».

NERI MARCORÈ
Attore e regista
«Ho girato il mio primo film da regista, *Zamora*, a Torino e paesi limitrofi. Con la produzione Pepito non abbiamo mai preso in considerazione possibilità diverse, perché tra gli addetti ai lavori è notorio che la Film Commission piemontese eccelle da parecchi anni, sia per gli investimenti convintamente riversati nel settore cinematografico, sia per la preparazione e l'efficacia qualitativa e quantitativa del personale tecnico. Non a caso nello stesso periodo c'erano ben altre 8 produzioni che stavano girando o in preparazione. Il Piemonte è la regione in cui ho trascorso la maggior parte del mio tempo davanti a una macchina da presa e sono sempre stato felice ogni qual volta è capitato e mi auguro capiterà in futuro».

SUSANNA NICCHIARELLI
Regista
«Lavoro con lo stesso montatore, Stefano Cravero, da quando ho fatto il mio primo corto; lo abbiamo montato a Casa Sonica a Piazza Vittorio, con l'aiuto di Ferruccio Casacci, papà di Max e storica figura del cinema torinese. Perciò ogni volta che torno a Torino mi sento a casa: ho avuto molti collaboratori originari di lì. Max Casacci e poi i Gatto Ciliegia Contro il Grande Freddo, tra gli altri. L'immaginario di Miss Marx è nato nelle location romantiche e vittoriane di Torino. La serie Fuochi d'Artificio nella Val di Susa con i suoi paesaggi mozzafiato, e una popolazione che ci ha accolto con calore. Le location piemontesi le ho nel cuore. Sono grata alla FCTP per il sostegno».

ALESSANDRO USAI
Fondatore di No Name Entertainment e presidente Anica
«Film Commission Torino Piemonte ha un merito storico nel panorama audiovisivo italiano. Quando iniziò la propria attività, si trattava di una novità assoluta per l'Italia ed il settore scoprì come con un lavoro sugli incentivi alla produzione in Regione, accompagnati dalla creazione di professionalità e centri di eccellenza, era possibile spostare intere produzioni nel territorio interessato e con esse, oltre l'immediato impatto economico e occupazionale, si dava una visibilità al territorio. È stata una rivoluzione che ha scatenato negli anni successivi la "competizione" sana tra territori ed aiutato una produzione più diffusa per occupazione e narrazione. E quindi i migliori auguri a questa storica e importantissima Film Commission».

La meglio gioventù di Marco Tullio Giordana (2003)

Da sinistra, Paolo Manera, Giorgio Fossati e Davide Bracco

organizzato momenti di open day presso la nostra sede, ai quali partecipano gruppi di studenti, per avvicinare concretamente le nuove generazioni al settore.

La sostenibilità è un tema sempre più sensibile per le produzioni. Quali iniziative avete messo in campo in questa direzione?

Manera: Dal 2015, FC Torino Piemonte –è stata una delle film commission più attente alla sostenibilità, anticipando i tempi sui protocolli di certificazione per il green shooting. Abbiamo collaborato con le principali realtà del settore e introdotto una premialità nei bandi per le produzioni che adottano questi protocolli. Con l'ultimo bando FESR, la certificazione è diventata obbligatoria, offrendo un ulteriore stimolo per adottare pratiche sostenibili. Abbiamo anche avviato un processo di efficientamento energetico nella nostra sede di 10.000 mq, con interventi sul fotovoltaico, sostituzione dei corpi illuminanti e gestione della raccolta differenziata interna e per tutte le produzioni. Per quanto riguarda gli eventi, aderiamo alle linee guida per i festival green, in collaborazione con CinemAmbiente, prestando particolare attenzione all'utilizzo di allestimenti e materiali ecologici.

Borgia: A proposito di questo tema, ho preferito sostituire il termine "sostenibilità" con "responsabilità", che è una delle tre parole chiave del nostro mandato, insieme a "internazionalità" e "qualità". La responsabilità, intesa come un impegno a 360 gradi, sottolinea il nostro ruolo nel portare avanti progetti che non siano solo ecologici, ma anche socialmente responsabili.

Il serial *La leggenda di Lidia Poët* per Netflix è stato girato a Torino, compresa la terza stagione in uscita prossimamente su Netflix

Come giudica lo stato di salute della produzione audiovisiva italiana?

Manera: Il sistema audiovisivo italiano ha un potenziale unico. Il nostro Paese vanta una straordinaria eredità culturale e una professionalità riconosciuta a livello mondiale, con eccellenze artigianali come quelle nel campo dei costumi e delle scenografie, accanto a un'innovazione tecnologica di alto livello. Questo è evidente anche in Piemonte, come in altre regioni italiane. Tuttavia, c'è una certa frammentazione, con molte piccole realtà che, purtroppo, hanno una capitalizzazione limitata e difficoltà nel competere su un mercato globale sempre più competitivo, che richiede solidità e una visione a lungo termine.

Borgia: È evidente che stiamo vivendo un momento di ridefinizione della produzione audiovisiva italiana, soprattutto con la questione del tax credit, che cambierà le regole del gioco. L'intento sembra essere quello di spingere verso progetti finanziariamente più autosostenibili. Il tax credit, infatti, avrà un impatto significativo sull'industria a livello locale. Nonostante queste sfide, però, nel 2024 siamo riusciti a rispondere con grande forza e siamo riusciti a mantenere la stessa vitalità degli anni precedenti, sia in termini quantitativi che qualitativi.

In uno scenario sempre più competitivo, su quali asset intendete investire nel prossimo futuro per rendere il Piemonte una destinazione ancora più attrattiva e competitiva? E qual è il vostro obiettivo di crescita di FC Torino Piemonte per i prossimi anni?

Borgia: Una delle principali direttrici di sviluppo di questo mandato, e che continuerà a guidarci anche in futuro, è l'internazionalizzazione, che ha un enorme potenziale sia in termini economici che di visibilità. Non parlo solo di produzioni internazionali che scelgono il nostro territorio, ma anche di produzioni nazionali che riescono a raggiungere un pubblico sempre più globale. In questo senso, lavoreremo molto sulla promozione e continueremo a investire sulle infrastrutture: la nostra sede, infatti, è ormai diventata troppo piccola per il volume di produzioni che accogliamo ogni anno e in costante crescita. Nei prossimi 25 anni vogliamo trasformare il Piemonte da "hidden gem" a "shining star". BO

Torino è tra le location della terza stagione del serial *L'amica geniale*

FESTIVAL: CHI HA PRESO PIÙ SOLDI TRA RITARDI E POLEMICHE

UNA FOTOGRAFIA DEI CONTRIBUTI EROGATI DAL MIC ALLE MANIFESTAZIONI CINEMATOGRAFICHE PER IL 2024. PRIME ASSEGNAZIONI DELLA NUOVA COMMISSIONE ESPERTI CON NUOVE REGOLE (IN PRIMIS IL TETTO DI 400MILA EURO AI SINGOLI PROGETTI), QUESTE GRADUATORIE NON HANNO MANCATO DI SUSCITARE CRITICHE

di **Valentina Torlaschi**

LA NUOVA COMMISSIONE

I 12 esperti che hanno valutato le domande e redatto la graduatoria per la concessione di contributi alle attività di promozione cinematografica e audiovisiva sono: Fortunato Cerlino, Lavinia Consolato, Tilde Corsi, Silvia Iannuzzi, Guia Loffredo, Luigi Marzullo, Franco Matteucci, Gianfranco Rinaldi, Rossana Rummo, Raffaella Salamina, Riccardo Tozzi, Vito Zagarrio.

A fine marzo questa commissione è decaduta perché 7 dei 12 membri si sono dimessi.

I Nastri d'Argento organizzati dal Sindacato Nazionale Giornalisti Cinematografici Italiani ha ricevuto un contributo da 230mila euro, il più alto della sezione Premi

Il 2024 è stata un'annata non certo facile per i festival e le manifestazioni cinematografiche in Italia. E questo (anche) per i ritardi con cui il Ministero della Cultura ha pubblicato le graduatorie di assegnazione dei contributi selettivi alla Promozione: se nelle annate recenti i decreti direttoriali sulle dotazioni venivano ufficializzati intorno a luglio (nel 2019, 2021 e 2022) con qualche slittamento a fine ottobre (nel 2023), nel 2024 non si è vista nessuna assegnazione per l'intero anno, scivolando addirittura al 10 febbraio 2025. Neanche nel 2020, in piena crisi pandemica, si era arrivati così lunghi; in quell'annata segnata dal Covid la pubblicazione definitiva era stata finalizzata il 6 novembre.

Il forte rallentamento dell'approvazione, come noto, è stato causato a cascata dal ritardo della nomina della nuova Commissione Esperti incaricata di esaminare le domande che è stata definita solo a ottobre, quando la precedente squadra era stata sciolta per scadenza del mandato a marzo. Ben 7 mesi prima. ›

TOP 10 ENTI

Le società, associazioni e organizzazioni che hanno ricevuto i contributi più alti sommando i finanziamenti per i loro eventi ed iniziative nelle varie sezioni del bando Promozione per il 2024

	DENOMINAZIONE SOGGETTO RICHIEDENTE	CONTRIBUTO ASSEGNATO
1	AGNUS DEI ASSOCIAZIONE	470.000 €
2	ENTE AUTONOMO GIFFONI EXPERIENCE	450.000 €
3	ARCHIVIO AUDIOVISIVO DEL MOVIMENTO OPERAIO E DEMOCRATICO ETS	380.000 €
4	ASSOCIAZIONE CULTURALE MAGNA GRECIA EVENTI	350.000 €
5	ACPLAYTOWNROMA	315.000 €
6	ISTITUTO CAPRI NEL MONDO	295.000 €
7	ASSOCIAZIONE CULTURALE GIORNATE DEGLI AUTORI	260.000 €
8	VIDEOCITTA' S.R.L.	260.000 €
9	ANEC - ASSOCIAZIONE NAZIONALE ESERCENTI CINEMA	250.000 €
10	SINDACATO NAZIONALE GIORNALISTI CINEMATOGRAFICI ITALIANI	230.000 €

Fonte: MiC

Tab. 1 - **FESTIVAL 2024**

	DENOMINAZIONE SOGGETTO RICHIEDENTE	TITOLO DELL'INIZIATIVA	PUNTI TOTALI	CONTRIBUTO ASSEGNATO
1	ENTE AUTONOMO GIFFONI EXPERIENCE	GIFFONI FILM FESTIVAL	95	400.000 €
2	ASSOCIAZIONE CULTURALE GIORNATE DEGLI AUTORI	XXI GIORNATE DEGLI AUTORI	90	260.000 €
3	ASSOCIAZIONE CULTURALE MAGNA GRECIA EVENTI	MAGNA GRAECIA FILM FESTIVAL XXI EDIZIONE 2024	73	240.000 €
4	ACPLAYTOWNROMA	Alice nella città	84	235.000 €
5	ISTITUTO CAPRI NEL MONDO	Capri Film Festival	79	200.000 €
6	ACCADEMIA INTERNAZIONALE ARTE ISCHIA	Global Film Festival - Ischia	78	190.000 €
7	FONDAZIONE PESARO NUOVO CINEMA	60^MOSTRA INTERNAZIONALE NUOVO CINEMA DI PESARO	84	185.000 €
8	STUDIO COOPERATIVA	NOIR IN FESTIVAL	80	170.000 €
9	SINDACATO NAZIONALE CRITICI CINEMATOGRAFICI ITALIANI	39.SIC - Settimana Internazionale della Critica	88	160.000 €
10	APPRODI	Bellaria Film Festival 42	65	160.000 €
11	LE GIORNATE DEL CINEMA MUTO	LE GIORNATE DEL CINEMA MUTO 43^EDIZIONE	86	150.000 €
12	APULIA FILM COMMISSION	BIF&ST - Bari International Film Festival 2024	74	130.000 €
13	FONDAZIONE TAORMINA ARTE SICILIA	TAORMINA FILM FESTIVAL 70.a EDIZIONE	65	130.000 €
14	BERGAMO FILM MEETING ONLUS	Bergamo Film Meeting International Film Festival / 42a edizione	90	120.000 €
15	ASSOCIAZIONE CULTURALE VISIVAMENTE	BCT - FESTIVAL NAZIONALE DEL CINEMA E DELLA TELEVISIONE CITTA' DI BENEVENTO	70	120.000 €
16	DUESSE COMMUNICATION	BEST MOVIE COMICS AND GAMES 2024	63	110.000 €
17	ASSOCIAZIONE DEL TEATRO PATOLOGICO	XV FESTIVAL INTERNAZIONALE DEL CINEMA PATOLOGICO - RASSEGNA CINEMA PATOLOGICO NEL MONDO	88	90.000 €
18	FESTIVAL DEI POPOLI ISTITUTO ITALIANO PER IL FILM DI DOCUMENTAZIONE SOCIALE ETS	65° Festival dei Popoli - Festival Internazionale del Film Documentario	82	90.000 €
19	CENTRO ESPRESSIONI CINEMATOGRAFICHE	Far East Film Festival 26	64	90.000 €
20	ASSOCIAZIONE CINEMA MEDITERRANEO	MARATEALE - PREMIO INTERNAZIONALE BASILICATA	76	85.000 €
21	ASSOCIAZIONE FANATIC ABOUT FESTIVALS	Biografilm Festival - XX edizione (7-20 giugno 2024, Bologna)	69	85.000 €
22	ASSOCIAZIONE CULTURALE TONINO GUERRA	LUOGHI DELL'ANIMA - ITAFILMFEST	84	80.000 €
23	ARCHIVIO AUDIOVISIVO DEL MOVIMENTO OPERAIO E DEMOCRATICO ETS	UNARCHIVE FOUND FOOTAGE FEST	79	80.000 €
24	ASSOCIAZIONE CITTA' DELL'ANIMAZIONE E DEI CONTENUTI DIGITALI	HEROES- INTERNATIONAL FILM FESTIVAL	63	80.000 €
25	ART PROMOTION	XXV FESTIVAL DEL CINEMA EUROPEO	78	70.000 €
26	SOLEMAR EVENTI	Marettimo Italian Film Fest I Profumi del Mare 2.0	91	60.000 €
27	CINEMADAMARE	Cinemadamare Travelling Campus 2024-XXII Edizione	87	60.000 €
28	ASSOCIAZIONE CULTURALE IL CIRCOLO	Festival internazionale Le Giornate della Luce - decima edizione	85	60.000 €
29	FONDAZIONE FARE CINEMA	Bobbio Film Festival	82	60.000 €
30	ASSOCIAZIONE METHEXIS ONLUS	MEDFILM FESTIVAL - 30° edizione	64	60.000 €
31	L'UNIVERSITA CERCA LAVORO	XVII Festival Internazionale della Cinematografia Sociale "Tulipani di Seta Nera"	62	60.000 €
32	ASSOCIAZIONE VI(S)TA NOVA ETS	LUCCA FILM FESTIVAL 2024	67	55.000 €
33	ART MOVIE	Ischia Film Festival XXII edizione	75	50.000 €
34	ASSOCIAZIONE ITALIANA AMICI CINEMA D'ESSAI TORINO APS	Sottodiciotto Film Festival & Campus 2024	63	50.000 €
35	ASSOCIAZIONE MOLISECINEMA	FESTIVAL MOLISECINEMA - 22° EDIZIONE	75	45.000 €
36	PORRETTA CINEMA APS	XXIII Festival del Cinema di Porretta Terme	74	45.000 €
37	ASSOCIAZIONE CENTRO ORIENTAMENTO EDUCATIVO - ETS	33° FESTIVAL DEL CINEMA AFRICANO, D'ASIA E AMERICA LATINA	86	40.000 €
38	FONDAZIONE PUNTO E VIRGOLA	Castelli Romani Film Festival Internazionale - Ed. VIII (CROFFI)	70	40.000 €
39	SA.LI.Rò	Ortigia Film Festival OFF 16/2024	70	40.000 €
40	AMARCORD	Primo Piano Pianeta Donna	68	40.000 €
41	ASSOCIAZIONE OCCHIO BLU- ANNA CENERINI BOVA	BALKAN FILM FESTIVAL VII EDIZIONE	68	40.000 €
42	EXCELLENCE INTERNATIONAL APS	Festival del Cinema Italo Serbo di Belgrado,19-23 Settembre 2024	61	40.000 €
43	ASSOCIAZIONE CULTURALE DI PROMOZIONE SOCIALE AURORA APS	XIII edizione Festival cinema città di Spello ed i borghi umbri "Le professioni del cinema"	76	35.000 €
44	DAIMON FILM SRL	IMAGinACTION - FESTIVAL MONDIALE DEL VIDEOCLIP - ED 2024	72	35.000 €
45	SALINA DOCFEST	INTERNAZIONALE DEL DOCUMENTARIO NARRATIVO - XVIII EDIZIONE - LIBERTA'-COME ESSERE LIBERI	69	35.000 €
46	ARTISTIC SOUL	Ventotene Film Festival	64	35.000 €

segue >

segue Tab. 1 - **FESTIVAL 2024**

	DENOMINAZIONE SOGGETTO RICHIEDENTE	TITOLO DELL'INIZIATIVA	PUNTI TOTALI	CONTRIBUTO ASSEGNATO
47	MAKING-OF	MATERA FILM FESTIVAL	64	35.000 €
48	THE ARTISTS' CLUB ITALIA	Sorrento Film & Food Festival	63	35.000 €
49	CINEMAZERO	Pordenone Docs Fest - Le voci del documentario	78	30.000 €
50	ASSOCIAZIONE FRANCE ODEON	16 France Odeon- Festival del Cinema Francese di Firenze	76	30.000 €
51	SGUARDI ALTROVE	Sguardi Altrove Women International Film Festival 2024	72	30.000 €
52	FRANKIE SHOW BIZ SRL	10° Festival Internazionale del Documentario Visioni dal Mondo	71	30.000 €
53	ARADIA PRODUCTIONS	SATURNIA FILM FESTIVAL	70	30.000 €
54	B.A. FILM FACTORY	B.A. Film Festival XXII	65	30.000 €
55	GABBIANELLA CLUB SRL	AL DI LÀ DELLA VISIONE - FILM FESTIVAL DI ARCHITETTURA E DESIGN DI AFRAGOLA	62	30.000 €
56	M.A.D. ENTERTAINMENT S.P.A	FAN FESTIVAL	61	30.000 €
57	DIPARTIMENTO DI FILOSOFIA COMUNICAZIONE E SPETTACOLO	Palladium Film Festival CineMa Oltre V edizione	86	25.000 €
58	ALPE ADRIA CINEMA	35° TRIESTE FILM FESTIVAL	84	25.000 €
59	FONDAZIONE GRAN PARADISO - GRAND PARADIS	27° Gran Paradiso Film Festival	71	25.000 €
60	SEDICICORTO	21° Sedicicorto Forlì International Film Festival	71	25.000 €
61	ASSOCIAZIONE MAREMETRAGGIO	ShorTS International Film Festival - 25esima edizione	70	25.000 €
62	MERIDIANO 14	PROCIDA FILM FESTIVAL	70	25.000 €
63	IMAGES HUNTERS	ROMA CREATIVE CONTEST	70	25.000 €
64	FILMCLUB	BFFB - 37°Bolzano Film Festival Bozen 2024	68	25.000 €
65	ASSOCIAZIONE CULTURALE LIBERO TEATRO APS	SOCIAL FILM FESTIVAL ARTELESIA XVI EDIZIONE	68	25.000 €
66	GRUPPO DEI GIOVANI ARTISTI GAG - APS	Dubbing Glamour Festival 6th - Spin off di ActorsPoetryFestival 13th	67	25.000 €
67	CINEFORUM ROBERT BRESSON	Asian Film Festival 21	66	25.000 €
68	GENOMA FILMS	TERRAVIVA FILM FESTIVAL	65	25.000 €
69	APULIA FILM COMMISSION	OFF - Otranto Film Festival 2024	65	25.000 €
70	ASS. CULT. DIERO	Figari International Short Film Fest	63	25.000 €
71	FONDAZIONE PUNTO E VIRGOLA	V° FESTIVAL DEL CINEMA ITALIANO IN BULGARIA	63	25.000 €
72	WHITE SIDE GROUP	i-Fest International Film Festival	63	25.000 €
73	FESTIVAL INTERNAZIONALE FILM DELLA MONTAGNA	72. TRENTO FILM FESTIVAL – concorso cinematografico internaizonale	62	25.000 €
74	ASSOCIAZIONE CULTURALE AMICI DI TRASTEVERE	Isola del Cinema 2024 - 29° Edizione	61	25.000 €
75	CORTINAMETRAGGIO	Cortinametraggio	61	25.000 €
76	BRIGADOON ASSOCIAZIONE CULTURA CINEMATOGRAFICA	Monsters Fantastic Film Festival - VII edizione	83	20.000 €
77	FILMMAKER ASSOCIAZIONE PER LA PROMOZIONE DEL PRODOTTO AUDIOVISIVO DI INNOVAZIONE	FILMMAKER FESTIVAL 2024	75	20.000 €
78	ASSOCIAZIONE MONTECATINI CINEMA APS	Montecatini International Short Film Festival	70	20.000 €
79	ASSOCIAZIONE CULTURALE CENTRO STUDI DI PSICOLOGIA DELL?ARTE E PSICOTERAPIE ESPRESSIVE APS	Bulli ed Eroi Festival Internazionale del Film per Ragazzi Val di Chiana Senese con la partecipazione di Val d'Orcia Val di Chian e Val Tiberina Aretine VII edizione	68	20.000 €
80	RIFF	RIFF Awards 2024 - Rome Independent Film Festival XXIII edizione	68	20.000 €
81	RISORSE PROGETTI & VALORIZZAZIONE ETS	0.00Festival Internazionale del Doppiaggio Voci nell'Ombra Venticinquesima edizione	66	20.000 €
82	ASSOCIAZIONE CULTURALE LA GUARIMBA INTERNATIONAL FILM FESTIVAL	La Guarimba International Film Festival - XII Edizione	65	20.000 €
83	FICTS - FéDéRATION INTERNATIONALE CINéMA TéLéVISION SPORTIFS	SPORT MOVIES & TV 2024 - 42°MILANO INTERNATIONAL FICTS FEST	64	20.000 €
84	LA CAPPELLA UNDERGROUND CENTRO RICERCA SPER. CINEMATOG. E A/V	TRIESTE SCIENCE+FICTION - FESTIVAL INTERNAZIONALE DELLA FANTASCIENZA 2024	64	20.000 €
85	SEEYOUSOUND	International Music Film Festival X edizione	63	20.000 €
86	CIRCOLO DI CULTURA CINEMATOGRAFICA IMMAGINAZIONE APS	49° Festival Internazionale del Cinema LACENO D'ORO	63	20.000 €
87	ASSOCIAZIONE CULTURALE ENNIO FLAIANO	Letteratura, Teatro, Cinema, Televisione, Giornalismo - Flaiano Film Festival - 25° Festival Internazionale del	63	20.000 €
88	SOLE LUNA UN PONTE TRA LE CULTURE	SOLE LUNA DOC FILM FESTIVAL XIX EDIZIONE	63	20.000 €
89	ASSOCIAZIONE CULTURALE IMAGO	INTERNATIONAL IMAGO FILM FESTIVAL	62	20.000 €
90	ELLA APS	TARANTO ECO FILM FESTIVAL	61	20.000 €
91	ASSOCIAZIONE ARTISTICO CULTURALE EVENTI	Reggio FilmFest – RCFF - Festival dello Stretto di Messina	61	20.000 €
92	ANNYDI S.R.L.	Pluribus Multimedia Fest	60	20.000 €
93	DONNE NELL'AUDIOVISIVO PROMOTION	Progetto afrodite	68	18.000 €
94	ASSOCIAZIONE 28 DICEMBRE APS	FLIGHT - MOSTRA INTERNAZIONALE DEL CINEMA DI GENOVA - QUINTA EDIZIONE	80	15.000 €

segue >

Nel 2024, dunque, gli enti e le associazioni operanti nel settore dei festival, premi ed eventi cinematografici hanno dovuto organizzare e pianificare il budget delle proprie attività in un'incertezza ancora più marcata rispetto agli anni precedenti. E se da un lato è vero che il sistema dei Festival non può essere dipendente dai soli aiuti statali ma dovrebbe sostenersi su più pilastri, dall'altro avere delle tempistiche chiare è una condizione fondamentale per la vita di tanti soggetti. Non a caso, a inizio gennaio, l'AFIC - Associazione Festival Italiani di Cinema aveva lanciato l'allarme sul fatto che la mancanza di regolarità nell'uscita delle graduatorie ministeriali e delle relative spettanze economiche stava «generando una profonda crisi all'interno del comparto».

In questa situazione di ritardi e incertezze, vediamo allora come la nuova commissione composta da 12 esperti ha allocato i 12,2 milioni di euro (cifra in linea con le annate precedenti) di contributi alla Promozione 2024 suddivisi nelle sezioni: Festival; Premi; Rassegne; Progetti di sviluppo della cultura cinematografica (secondo le due direttrici di internazionalizzazione-turismo e analisi-studi); Cineteche. Graduatorie che non hanno mancato di suscitare polemiche.

FESTIVAL: TAGLIO A GIFFONI

Al comparto Festival nel suo complesso sono andati 6,5 milioni di euro, che hanno finanziato ben 146 progetti (nel 2023 erano 148, ma nel 2019 erano solo 92). Tra que-

sti, il contributo più alto è andato, come sempre, a Giffoni Film Festival che però ha visto più che dimezzata la propria quota, passata dai 950mila euro delle tre annate precedenti agli attuali 400mila euro. Un taglio che è la naturale conseguenza alla nuova regola introdotta nell'ultimo bando che ha messo un tetto massimo di 400mila euro alle singole manifestazioni; questo perché, come precisato dallo stesso MiC, nel 2023 (ma anche nel 2022 e 2021) a Giffoni erano andati oltre il 13% dell'intero ammontare delle risorse destinate a tutti i festival. Ora, invece, si vuole "giungere a una ripartizione più equa e aprire a un numero maggiore di soggetti beneficiari". La decisione ha innescato, lo scorso luglio, la reazione contrariata del fondatore dello storico (e frequentatissimo) festival per ragazzi campano, Claudio Gubitosi, che infatti ha dichiarato: «Non penso di sbagliare se definisco questo bando un bando punisci-Giffoni. Tutto questo ci causa, come è ovvio, una evidente criticità dal punto di vista finanziario ed economico». Tra tutte le manifestazioni, Giffoni è nettamente quella che ha subìto il taglio maggiore, mentre gli altri eventi non hanno registrato decurtazioni così consistenti; anzi, soggetti come Agnus Dei sono riusciti anche a ottenere nel complesso ulteriori risorse (470mila euro nel complesso rispetto ai 380mila euro del 2023).

Polemiche a parte e tornando al dettaglio dei contributi dei Festival, dietro a Giffoni, le manifestazioni dai contributi maggiori sono: Le giornate degli au- ❯

Per il 2024 il Giffoni Film Festival ha visto più che dimezzata la propria quota, passata dai 950mila euro delle annate precedenti ai 400mila attuali

segue Tab. 1 - **FESTIVAL 2024**

	DENOMINAZIONE SOGGETTO RICHIEDENTE	TITOLO DELL'INIZIATIVA	PUNTI TOTALI	CONTRIBUTO ASSEGNATO
95	SULMONACINEMA APS	42° Sulmona International Film Festival (SIFF)	76	15.000 €
96	ASSOCIAZIONE BACKSTAGE	Creuza de Ma'	70	15.000 €
97	ASSOCIAZIONE SALERNOINFESTIVAL	Linea d'Ombra Festival XXIX edizione	69	15.000 €
98	MIX MILANO APS	38esimo MiX Festival Internazionale di Cinema LGBTQ+ e Cultura Queer di Milano	69	15.000 €
99	RAVENNA CINEMA	Soundscreen Film Festival	69	15.000 €
100	RIVER TO RIVER	River to River Florence Indian Film Festival	69	15.000 €
101	FONDAZIONE CAPALBIO	Capalbio Film Festival - III edizione	68	15.000 €
102	SICILIA QUEER	Sicilia Queer International New Visions filmfest 2024	66	15.000 €
103	APS NIE WIEM	CORTO DORICO FILM FESTIVAL 2024 - XXI EDIZIONE	65	15.000 €
104	FONDAZIONE ENTE DELLO SPETTACOLO	Tertio Millennio Film Festival	65	15.000 €
105	QB	Animaphix Nuovi Linguaggi Contemporanei Film Festival	65	15.000 €
106	ASSOCIAZIONE CULTURALE SEVEN	TRAILERS FILMFEST	65	15.000 €
107	BIANCO E NERO	KARAWAN 2024 Festa di cinema commedie e culture	64	15.000 €
108	HOME MOVIES - ARCHIVIO NAZIONALE DEL FILM DI FAMIGLIA	Archivio Aperto 2024 - XVII edizione	64	15.000 €
109	CASA FAMIGLIA E CENTRO EBRAICO ITALIANO	Pitigliani Kolno'a Festival – Ebraismo e Israele nel Cinema (PKF) 2024	64	15.000 €
110	ASSOCIAZIONE REALMENTE	10° PerSo - Perugia Social Film Festival	64	15.000 €
111	I BAMBINI DI TRUFFAUT	Festival Cinema&Letteratura "Del Racconto, il Film" 2024 - XV edizione	63	15.000 €
112	ATALANTE	IMAGINARIA - Festival Internazionale del Cinema d'Animazione d'Autore	63	15.000 €
113	ASSOCIAZIONE UMBRIA FILM FESTIVAL APS	28° UMBRIA FILM FESTIVAL	63	15.000 €
114	FILM FESTIVAL DELLA LESSINIA	Film Festival della Lessinia	62	15.000 €
115	FIERA MILANO	Fantasticon Film Festival - II edizione	61	15.000 €
116	ASSOCIAZIONE CULTURALE SGUARDI ETS	SUDESTIVAL 2024	60	15.000 €
117	ASSOCIAZIONE PER LA PROMOZIONE DELLA CULTURA LATINO AMERICANA IN ITALIA APS	39mo Festival del Cinema Ibero- Latino Americano di Trieste	82	10.000 €
118	ORVIETO CINEMA FEST ODV	Orvieto Cinema Fest 2024	72	10.000 €
119	G. & G. CINEMA-TEATRI- ARENE S.R.L.	VITTORIA PEACE FILM FEST	71	10.000 €
120	ASSOCIAZIONE BIANCONERO	XXVII RELIGION TODAY FILM FESTIVAL	70	10.000 €
121	CINECIRCOLO ROMANO	Borghi sul set - II edizione	69	10.000 €
122	CIVITAFILM	INTERNATIONAL TOUR FILM FEST	69	10.000 €
123	APA VDA - ASSOCIAZIONE PROMOZIONE DELL'AUDIOVISIVO VALLE D'AOSTA ETS	14° FrontDoc - Festival Internazionale di Cinema	68	10.000 €
124	ASSOCIAZIONE MOSTRA INTERNAZIONALE DEI DOCUMENTARI SUI PARCHI - SONDRIO FESTIVAL (ASSOMIDOP)	Sondrio Festival - Mostra Internazionale dei Documentari sui Parchi 2024	68	10.000 €
125	CINECIRCOLO ROMANO	Premio Cinema Giovane & Festival delle Opere Prime - XX edizione	68	10.000 €
126	ASSOCIAZIONE CULTURALE CITTA' PER L'UOMO	0.00FESTIVAL DEL CINEMA "LO SCHERMO E' DONNA"	68	10.000 €
127	LE MOSCERINE APS - ETS	MOSCERINE FILM FESTIVAL	68	10.000 €
128	SMART ACADEMY APS	Amarcort Film Festival 2024 - 17a edizione	68	10.000 €
129	RAIMONDO COCCA	ARIANO INTERNATIONAL FILM FESTIVAL 12° EDIZIONE	65	10.000 €
130	APS TOKO FILM FESTIVAL	Toko Film Fest 2024	65	10.000 €
131	POLIMERI ASSOCIAZIONE CULTURALE	Visioni Verticali - VI Edizione	63	10.000 €
132	FONDAZIONE HORCYNUS ORCA ETS	Horcynus Festival 2024 - XXII Edizione	63	10.000 €
133	NOT EQUAL	AS Film Festival 2024 - 12a edizione	63	10.000 €
134	EUGANEA MOVIE MOVEMENT	Euganea Film Festival	63	10.000 €
135	LA ZATTERA DELL'ARTE	Messina Film Festival - Cinema&Opera	63	10.000 €
136	COMUNE DI VICO EQUENSE	SOCIAL WORLD FILM FESTIVAL - Mostra internazionale del Cinema Sociale - quattordicesima edizione - 2024	62	10.000 €
137	ASSOCIAZIONE CULTURALE CENTRO STUDI MARIO CELLI	Terra di Siena International Film Festival	62	10.000 €
138	ASS. CULT. L'IDEA DI CLEVES	17° L'Aquila Film Festival e 4° Abruzzo Film Industry	62	10.000 €
139	RESEARCHING MOVIE	18. RIVER FILM FESTIVAL - RIVER SOUTH BANK	62	10.000 €
140	TAEGUKGI TOSCANA KOREA ASSOCIATION	22nd Florence Korea Film Fest 2024	62	10.000 €
141	ST.ART S.C.R.L.	Ravenna Nightmare Film Fest	62	10.000 €
142	CANTIERE7	Siciliambiente Film Festival	62	10.000 €
143	ASSOCIAZIONE DIG DOCUMENTARI INCHIESTE GIORNALISMI ETS	DIG Festival 2024	62	10.000 €
144	ASSOCIAZIONE CULTURALE MONTE CERVINO	CERVINO CINEMOUNTAIN INTERNATIONAL FILM FESTIVAL	61	10.000 €
145	CASA DEL CINEMA E DELLE ARTI APS	FESTIVAL DELLA COMMEDIA, Pulcinella FilmFest - nona edizione, 2024	61	10.000 €
146	DOCFEST	Rome International Documentary Festival (RIDF)	61	10.000 €

Fonte: MiC

tori di Venezia (260mila euro; cresciuto del 6% sul 2023), il Magna Graecia Film Festival (240mila euro; -4%), Alice nella città (235mila euro; stesso contributo del 2023) e Capri Film Festival (200mila euro; -5%).

RASSEGNE: CONFERMATA LA (COSPICUA) QUOTA DEL FILMING ITALY SARDEGNA

Sul fronte delle Rassegne, sono 46 gli eventi hanno ottenuto i contributi (nel 2023 erano 40; nel 2019 solo 22) per un totale di 969mila euro. La fetta maggiore, di 100mila euro (oltre il 10%), è stata data al Filming Italy Sardegna (stessa cifra dell'anno precedente). A poca distanza, troviamo il Magna Graecia Experience con 90mila euro (-10%), mentre più lontani arrivano, entrambi con 40mila euro, I Grandi Festival: Cannes e Venezia a Roma (+33%) e ExtraVillae – Cinema (stessa cifra del 2023).

PREMI: NASTRI D'ARGENTO, SOLINAS E ANCORA FILMING ITALY

Per quel che riguarda l'area Premi, sono 46 i soggetti finanziati (nel 2023 erano 33; nel 2019 solo 16) che si sono divisi l'importo totale di oltre 1,1 milioni di euro. Il maggiore contributo è andato ai Nastri d'Argento con 230mila euro confermando la cifra dell'anno precedente. A seguire, con 100mila ciascuno, il Premio Solinas (+43%), il Producer Italian Award organizzato dalla Agnus

Tab. 2 - **RASSEGNE**

	DENOMINAZIONE SOGGETTO RICHIEDENTE	TITOLO DELL'INIZIATIVA	PUNTI TOTALI	CONTRIBUTO ASSEGNATO
1	AGNUS DEI ASSOCIAZIONE	FILMING ITALY SARDEGNA	66	100.000 €
2	ASSOCIAZIONE CULTURALE MAGNA GRECIA EVENTI	MAGNA GRAECIA EXPERIENCE IV EDIZIONE 2024	73	90.000 €
3	ANEC LAZIO - ASSOCIAZIONE REGIONALE LAZIO ESERCENTI CINEMA - TEATRI	I GRANDI FESTIVAL: CANNES E VENEZIA A ROMA	70	40.000 €
4	ISTITUTO VILLA ADRIANA E VILLA D'ESTE	EXTRAVILLAE - CINEMA, Metamorfosi in bellezza edizione 2024	69	40.000 €
5	ASSOCIAZIONE CULTURALE TRISORIO	29° ARTECINEMA. FESTIVAL INTERNAZIONALE DI FILM DOCUMENTARI SULL'ARTE CONTEMPORANEA	70	35.000 €
6	LAMPEDUSA CINEMA	IL VENTO DEL NORD - XVI EDIZIONE 2024	80	30.000 €
7	AGIS LOMBARDA	LE VIE DEL CINEMA 2024 I FILM DEI FESTIVAL INTERNAZIONALI A MILANO E IN LOMBARDIA	73	30.000 €
8	ASSOCIAZIONE CULTURALE METIDE	ALTRI SGUARDI	88	27.000 €
9	FONDAZIONE LIBERO BIZZARRI	31^ Rassegna del Documentario Premio Libero Bizzarri SportAbility – Sport, salute, valori ed inclusione sociale	80	27.000 €
10	ASSOCIAZIONE CULTURALE SEVEN	GUERRE & PACE FILMFEST XXII	69	25.000 €
11	ASSOCIAZIONE CULTURALE TREVIGNANO FILMFEST	"Il cinema racconta il sogno di un mondo diverso". Tredicesima edizione della rassegna di cinema a tema Trevignano FilmFest	80	20.000 €
12	PARALLELO 41 PRODUZIONI	Venezia a Napoli. Il cinema esteso 2024	78	20.000 €
13	IL SERRAGLIO APS	Vicoli Corti_Cinema di Periferia	69	20.000 €
14	ARCHIVIO AUDIOVISIVO DEL MOVIMENTO OPERAIO E DEMOCRATICO ETS	CINEMA POLITICO n.8. Dal KINOGLAZ A YOUTUBE - Cento anni di militanza attraverso i media	69	20.000 €
15	ASSOCIAZIONE CINECLUB DEL GENIO	TUSCIA FILM FEST 2024 / XXI EDIZIONE Un anno di promozione cinematografica e del territorio	69	20.000 €
16	ASSOCIAZIONE METHEXIS ONLUS	MEDFILM FESTIVAL IN MAROCCO - 3° edizione	68	20.000 €
17	LO SCHERMO DELL'ARTE	Lo schermo dell'arte XVII edizione	68	20.000 €
18	ASS. CULT. LA RIBALTA CENTRO STUDI ENRICO MARIA SALERNO	Rebibbia Cinema Festival 2024	67	20.000 €
19	ARTESTUDIO	CINEMA A RIGHE24	66	20.000 €
20	FONDAZIONE REAL SITO DI CARDITELLO	Oltre i fuochi	62	20.000 €
21	ASSOCIAZIONE CULTURALE ZALAB ETS	Fronte del Porto: porto riaperto	82	18.000 €
22	LEGAMBIENTE FESTAMBIENTE APS	Clorofilla film festival	75	18.000 €
23	ASSOCIAZIONE CULTURALE COSTAIBLEA	XXVIII Costaiblea Film Festival	74	18.000 €
24	INSTITUT FRANCAIS ITALIA	Rendez-vous - nuovo cinema francese	79	16.000 €
25	DIPARTIMENTO DELLE ARTI	FuoriRuolo - Slittamenti creativi nel cinema italiano	83	15.000 €
26	PICCOLO AMERICA	Omaggio ai maestri Paolo Sorrentino e Pedro Almodovar	76	15.000 €
27	ASS. CULT. L'IDEA DI CLEVES	10° Festival del Gran Sasso	76	15.000 €
28	ASSOCIAZIONE NAZIONALE PER LA SALVAGUARDIA E LA VALORIZZAZIONE DEI FILM DI FAMIGLIA E DELLE MEMORIE	Home Movie Days / Giornate Internazionali del Film di Famiglia	75	15.000 €
29	TEATROZETA APS - ETS	ABRUZZO IN CINEMA - MOVIE ADRIFT	69	15.000 €
30	L'IMMAGINE ETS	DALL'AZZURRO AL BLU	68	15.000 €
31	COMUNE DI NARNI	Narni, le vie del cinema. Rassegna del film restaurato	66	15.000 €
32	ASSOCIAZIONE LE RESEAU APS ETS	RomAfrica Film Festival decima edizione	75	10.000 €
33	FOQUS FONDAZIONE QUARTIERI SPAGNOLI ETS	ESTATE A CORTE 2024 – il grande Cinema ai Quartieri Spagnoli	73	10.000 €
34	ITALE20 SAS	NORDIC FILM FEST	71	10.000 €
35	ASSOCIAZIONE CULTURALE GROUCHO MARX	Donnafugata Film Festival - L'isola come set	67	10.000 €
36	APS ARCIGAY IL CASSERO	Gender Bender	67	10.000 €
37	COOP. SOC. IL NUOVO FANTARCA ONLUS ARL	Cinema in Ospedale - anno 2024	64	10.000 €
38	ASSOCIAZIONE CULTURALE WILDER	CINEMA CITY - Il cinema nelle piazze 6^ edizione	64	10.000 €
39	SENTIERI SELVAGGI	Docusfera 2024	64	10.000 €
40	EIKON ASSOCIAZIONE CULTURALE	FEELMARE - IL CINEMA DELLE DONNE	63	10.000 €
41	UFFICIO K SRL	Rassegna Cinematografica al Teatro Tasso – Gli Indimenticabili del Cinema Italiano	63	10.000 €
42	ASSOCIAZIONE CULTURALE LA GUARIMBA INTERNATIONAL FILM FESTIVAL	CinemAmbulante - Storie d'Integrazione - IX Edizione	63	10.000 €
43	CINEMA 80 DI G. PAOLILLO S.A.S.	matinée della domenica" Bando relativo alla concessione di contributi ad attività e iniziative e promozione cinematografica e	62	10.000 €
44	SOC. COOP. DON BOSCO	Teatini Cinema 2024	62	10.000 €
45	ASSOCIAZIONE FACTOTUM - E.T.S.	Est Film Festival Lago di Bolsena 2024	62	10.000 €
46	COMUNE DI CESENA	PIAZZE DI CINEMA	62	10.000 €

Fonte: MiC

Il MIA – Mercato Internazionale dell'Audiovisivo ha ottenuto un finanziamento di 200mila euro per l'edizione 2024

Con 260mila euro di contributo, Giornate degli Autori è il secondo festival col finanziamento più alto del bando Promozione 2024

Tab. 3 - **PREMI**

	DENOMINAZIONE SOGGETTO RICHIEDENTE	TITOLO DELL'INIZIATIVA	PUNTI TOTALI	CONTRIBUTO ASSEGNATO
1	SINDACATO NAZIONALE GIORNALISTI CINEMATOGRAFICI ITALIANI	PREMI NASTRI D'ARGENTO	95	230.000 €
2	ASSOCIAZIONE CULTURALE PREMIO SOLINAS - SCRIVERE PER IL CINEMA	Premio Solinas 2024	81	100.000 €
3	AGNUS DEI ASSOCIAZIONE	Producer Italian Award	76	100.000 €
4	INCE MEDIA SRL	GRAN PREMIO INTERNAZIONALE DEL DOPPIAGGIO - XVI EDIZIONE	74	100.000 €
5	AGNUS DEI ASSOCIAZIONE	Filming Italy Venice Award	74	80.000 €
6	KINÉO ASSOCIAZIONE CULTURALE	Premio Kinéo alla Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica.	76	40.000 €
7	IIDEA - ITALIAN INTERACTIVE DIGITAL ENTERTAINMENT ASSOCIATION	Italian Video Game Awards 2024	66	38.000 €
8	ASSOCIAZIONE CULTURALE S.A.S.	LA PELLICOLA D'ORO	80	30.000 €
9	MAGALE SRL	Magale doc International, premio post produzione under 35 Premi Magale per la Promozione della Cultura e dei Valori	70	30.000 €
10	ASSOCIAZIONE CALIPSO	Premio Bookciak, Azione! On the Road 2024	74	25.000 €
11	ASSOCIAZIONE CULTURALE SERGIO AMIDEI	43° Premio internazionale allamiglior sceneggiatura "Sergio Amidei"	76	20.000 €
12	FONDAZIONE ROMA TRE TEATRO PALLADIUM	Movie to Music, IV edizione	72	20.000 €
13	ASSOCIAZIONE CULTURALE MAGNA GRECIA EVENTI	PREMIO FONDAZIONE MIMMO ROTELLA XXIII Ed. 2024	67	20.000 €
14	FONDAZIONE ECIPA	Premio Internazionale Cinearti "La Chioma di Berenice"	65	20.000 €
15	ASSOCIAZIONE PRIMA SICILIA	MAREFESTIVAL SALINA PREMIO TROISI XIII EDIZIONE	63	20.000 €
16	SHALLOW	Women in Cinema Award	63	20.000 €
17	IL SIMPOSIO DELLE MUSE	29° Premio Penisola Sorrentina	63	20.000 €
18	APA ASSOCIAZIONE PRODUTTORI AUDIOVISIVI	Premio Carlo Bixio	78	15.000 €
19	ANAC ASSOCIAZIONE NAZIONALE AUTORI CINEMATOGRAFICI	Premio Carlo Lizzani	77	15.000 €
20	DOC/IT - ASSOCIAZIONE DOCUMENTARISTI ITALIANI	DOC/IT PROFESSIONAL AWARD	76	15.000 €
21	DOC/IT - ASSOCIAZIONE DOCUMENTARISTI ITALIANI	DOC/IT WOMEN AWARD	76	15.000 €
22	ANICA	PREMIO ANICA 80	70	15.000 €
23	FONDAZIONE FRANCESCO FABBRI	Premio Rodolfo Sonego XVI	70	15.000 €
24	ASSOCIAZIONE CULTURALE MATTADOR	Premio Internazionale per la Sceneggiatura Mattador dedicato a Matteo Caenazzo	64	15.000 €
25	FONDAZIONE SISTEMA TOSCANA	David Rivelazioni Italiane – Italian Rising Stars 2024	63	15.000 €
26	COMUNE DI SAN GIOVANNI VALDARNO	18° Premio cinematografico "Marco Melani"	75	10.000 €
27	ASSOCIAZIONE CULTURALE GENNARO CANNAVACCIUOLO	Premio Gennaro Cannavacciuolo	73	10.000 €
28	UNIMED - UNIONE DELLE UNIVERSITà DEL MEDITERRANEO	Premio UNIMED alla Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica di Venezia	70	10.000 €
29	ASSOCIAZIONE AMICI DI LUCIANO SOVENA	PREMIO LUCIANO SOVENA MIGLIOR PRODUTTORE SETTIMANA DELLA CRITICA VENEZIA 24	70	10.000 €
30	COMUNE DI FIESOLE	Premio Fiesole ai Maestri del Cinema 2024	70	10.000 €
31	ASSOCIAZIONE CULTURALE CREAZIONE E IMMAGINE	Moda Movie 2024 - Premio giovani registi	70	10.000 €
32	MUSEO TONINO GUERRA - IMPRESA SOCIALE SRL	PREMIO TONINO GUERRA	69	10.000 €
33	SINDACATO NAZIONALE CRITICI CINEMATOGRAFICI ITALIANI	PREMIO LINO MICCICHE' - VI. Edizione	68	10.000 €
34	PORRETTA CINEMA APS	VI Premio Nazionale Elio Petri	66	10.000 €
35	LE BESTEVEM	The 48 Hour Film Project - XVIII Edizione	65	10.000 €
36	DREAM ON SRSL	Sorriso Diverso Award	64	10.000 €
37	LIBERA. ASSOCIAZIONI, NOMI E NUMERI CONTRO LE MAFIE APS	realizzazione di filmati da esporre permanentemente presso il Centro di documentazione su mafie e corruzione, promosso	63	10.000 €
38	ASSOCIAZIONE CULTURALE WILDER	CINEMA CITY - Il cinema nelle piazze 6^ edizione	64	10.000 €
39	SENTIERI SELVAGGI	Docusfera 2024	64	10.000 €
40	EIKON ASSOCIAZIONE CULTURALE	FEELMARE - IL CINEMA DELLE DONNE	63	10.000 €
41	UFFICIO K SRL	Rassegna Cinematografica al Teatro Tasso – Gli Indimenticabili del Cinema Italiano	63	10.000 €
42	ASSOCIAZIONE CULTURALE LA GUARIMBA INTERNATIONAL FILM FESTIVAL	CinemAmbulante - Storie d'Integrazione - IX Edizione	63	10.000 €
43	CINEMA 80 DI G. PAOLILLO S.A.S.	matinée della domenica" Bando relativo alla concessione di contributi ad attività e iniziative e promozione cinematografica e	62	10.000 €
44	SOC. COOP. DON BOSCO	Teatini Cinema 2024	62	10.000 €
45	ASSOCIAZIONE FACTOTUM - E.T.S.	Est Film Festival Lago di Bolsena 2024	62	10.000 €
46	COMUNE DI CESENA	PIAZZE DI CINEMA	62	10.000 €

Fonte: MiC

Dei di Tiziana Rocca (che ha anche preso altri 80mila euro per il Filming Italy Venice Award in questa stessa sessione di finanziamento) e il Gran Premio Internazionale del Doppiaggio (stessa cifra del 2023).

PROGETTI DI SVILUPPO DELLA CULTURA CINEMATOGRAFICA

Alla voce "sviluppo della cultura cinematografica" sono raggruppate due tipologie di progetti: i primi sono volti all'internazionalizzazione e promozione a fini turistici (1,2 milioni di euro), i secondi indirizzati allo studio e analisi dell'impatto economico del settore cinematografico (1,8 milioni). Nel primo gruppo, lo stanziamento più cospicuo è andato al MIA – Mercato Internazionale dell'Audiovisivo con 200mila euro (stesso importo dell'anno scorso), seguito da Filming Italy Los Angeles (sempre organizzato dall'associazione di Tiziana Rocca) con 120mila euro (stessa cifra del 2023) e da Los Angeles, Italia Film Festival con 95mila (stessa cifra del 2023). Nel secondo gruppo di progetti, la fetta più grossa di 260mila euro è stata presa da Videocittà (stessa cifra del 2023), seguito da Anec con le Giornate professionali di Cinema di Sorrento con 230mila euro (+15%), da Fice con gli Incontri del Cinema d'Essai con 110mila euro (stessa cifra del 2023) e da Cineventi con le giornate di Ciné di Riccione con 100mila euro (+5%).

CINETECHE

Tra le Cineteche (alle quali sono andati complessivamente 605mila euro), il finanziamento di maggior peso è quello, come già nel 2023, di 200mila euro per l'Archivio Audiovisivo del Movimento Operaio e Democratico.

GLI ENTI CHE HANNO RICEVUTO I CONTRIBUTI PIÙ ALTI

Considerando gli enti beneficiari dei finanziamenti che spesso hanno sommato più contributi derivanti da più manifestazioni, il soggetto che ha ottenuto più soldi è Agnus Dei della pr Tiziana Rocca che ha raccolto 470mila euro per le sue attività nel 2024. In seconda posizione, nonostante il forte taglio al loro festival, l'Ente Autonomo Giffoni Experience con 450mila euro, mentre chiude il podio con 380mila euro, l'Archivio Audiovisivo del Movimento Operaio e Democratico (e su questo soggetto la polemica è stata sollevata dal presidente di IsICult Angelo Zaccone Teodosi in quanto Rossana Rummo, la coordinatrice della Commissione Cinema che assegna i contributi, era anche nel Consiglio di Amministrazione dell'Aamod). A seguire, l'associazione Magna Graecia Eventi (350mila euro) e la AC Playtown Roma di Fabia Bettini e Gianluca Giannelli (315mila euro).. BO

Tab. 4 - **PROGETTI DI SVILUPPO DELLA CULTURA CINEMATOGRAFICA ED AUDIOVISIVA (INTERNAZIONALIZZAZIONE E CINE-TURISMO)**

	DENOMINAZIONE SOGGETTO RICHIEDENTE	TITOLO DELL'INIZIATIVA	PUNTI TOTALE	CONTRIBUTO ASSEGNATO
1	APA SERVICE SRL	MIA MERCATO INTERNAZIONALE DELL'AUDIOVISIVO 2024	88	200.000 €
2	AGNUS DEI ASSOCIAZIONE	Filming Italy Los Angeles 2024	68	120.000 €
3	ISTITUTO CAPRI NEL MONDO	Los Angeles, Italia Film Festival	78	95.000 €
4	ASS. FONDO PER L'AUDIOVISIVO FVG	When East Meets West	82	80.000 €
5	ACPLAYTOWNROMA	Moviemov Italian Film Festival	68	80.000 €
6	EXCELLENCE INTERNATIONAL APS	Estimar,Festival del Cinema Italo Spagnolo di Palma de Mallorca e Barcellona,12/17 giugno 2024	62	70.000 €
7	MADE IN ITALY	Italian Movies	78	60.000 €
8	ENTE AUTONOMO GIFFONI EXPERIENCE	Giffoni Macedonia	78	50.000 €
9	DOC/IT - ASSOCIAZIONE DOCUMENTARISTI ITALIANI	IDS - Italian Doc Screenings	78	50.000 €
10	CONTROLUCE	FOCO ITALIA BRASILE 2024	80	30.000 €
11	CONTROLUCE	ITALIAN FILM FOCUS AFRICA 2024	80	30.000 €
12	ASS. FONDO PER L'AUDIOVISIVO FVG	Puentes 2024	72	30.000 €
13	OCCHI DI GIOVE SRL	CASTELLO ERRANTE. RESIDENZA INTERNAZIONALE DEL CINEMA	68	30.000 €
14	ARTISTIC SOUL	Italy on screen today - New York Film & Tv Series Fest	62	30.000 €
15	MAGALE SRL	Orizzonti HUB: cinema e audiovisivo italiano nel mondo	61	30.000 €
16	CONTROLUCE	ITALIAN FILM FOCUS AUSTRALIA	74	25.000 €
17	LUKANIA SOUND DIGITAL	INTERSEZIONI	70	25.000 €
18	ASSOCIAZIONE METHEXIS ONLUS	MED MEETINGS - 8° edizione	63	25.000 €
19	N.I.C.E. - NEW ITALIAN CINEMA EVENTS	N.I.C.E. - New Italian Cinema Events 2024	82	20.000 €
20	ASSOCIAZIONE CINECLUB DEL GENIO	BERLIN 2024 / XI EDIZIONE Il cinema e le eccellenze italiane protagoniste nella capitale tedesca	80	20.000 €
21	CENTRO ESPRESSIONI CINEMATOGRAFICHE	Focus Asia	64	20.000 €
22	IIDEA - ITALIAN INTERACTIVE DIGITAL ENTERTAINMENT ASSOCIATION	First Playable 2024	64	20.000 €
23	A.I.A.C.E. (ASSOCIAZIONE ITALIANA AMICI CINEMA D'ESSAI) NAZIONALE	Centro Nazionale del Cortometraggio - Agenzia estero	64	15.000 €
24	FERRARA LA CITTÀ DEL CINEMA APS	Gherardi il Villaggio del Cinema	64	15.000 €
25	CENTRO EUROPA RICERCHE	Il turismo nei luoghi del cinema Laboratorio di dati e analisi economiche sull'impatto turistico delle produzione audiovisive	64	10.000 €

Fonte: MiC

L'associazione Agnus Dei di Tiziana Rocca ha raccolto nel complesso, grazie alle sue numerose iniziative, ben 470mila euro in questo bando ministeriale

Tab. 5 - **CINETECHE**

	DENOMINAZIONE SOGGETTO RICHIEDENTE	TITOLO DELL'INIZIATIVA	PUNTI TOTALI	CONTRIBUTO ASSEGNATO
1	ARCHIVIO AUDIOVISIVO DEL MOVIMENTO OPERAIO E DEMOCRATICO ETS	Conservazione, promozione e valorizzazione del patrimonio Aamod	81	200.000 €
2	ISTITUTO CINEMATOGRAFICO DELL'AQUILA	CINETECA	70	80.000 €
3	FONDAZIONE SISTEMA TOSCANA	Mediateca Regionale Toscana: conservazione, promozione e valorizzazione del patrimonio	76	60.000 €
4	KABUTO	VAMP - Virtual Arts Museum of Play	61	50.000 €
5	HOME MOVIES - ARCHIVIO NAZIONALE DEL FILM DI FAMIGLIA	Archivi Vivi - 2024	72	40.000 €
6	CINETECA D.W.GRIFFITH	Conservazione, valorizzazione archiviazione attività cineteche	71	40.000 €
7	ABC - CENTRO DI CULTURA CINEMATOGRAFICA S.R.L.	Archivio Cineteca Abc Centro di Cultura Cinematografica	62	35.000 €
8	CINETECA LUCANA	Alla ricerca del tesoro \"Rondi\"	61	35.000 €
9	KANSASSìTI APS	MEDIATECA SPAZIO APERTO	69	25.000 €
10	ASCINEMA - ARCHIVIO SICILIANO DEL CINEMA	0.00 Archeologia del Cinema 2024 - Acquisizione, conservazione, digitalizzazione, studio, ricerca e valorizzazione del patrimonio cinematografico, audiovisivo e cartaceo.	81	20.000 €
11	CLUB ALPINO ITALIANO	CineCAI: memoria e futuro	64	10.000 €
12	CINEFORUM DON ORIONE	Conservazione e valorizzazione fondo comunale \"Angelicus Film\"	62	10.000 €

Fonte: MiC

TI DARANNO LA CACCIA.
WEREWOLVES
DALL'8 MAGGIO #SOLOALCINEMA
NOTORIOUS

Tab. 6 - **SVILUPPO DELLA CULTURA AUDIOVISIVA, ANALISI E STUDI**

	DENOMINAZIONE SOGGETTO RICHIEDENTE	TITOLO DELL'INIZIATIVA	PUNTI TOTALI	CONTRIBUTO ASSEGNATO
1	VIDEOCITTA' S.R.L.	Videocittà 2024. Il Festival della Visione e della Cultura Digitale.	80	260.000 €
2	ANEC - ASSOCIAZIONE NAZIONALE ESERCENTI CINEMA	GIORNATE PROFESSIONALI DI CINEMA	88	230.000 €
3	FICE - FEDERAZIONE ITALIANA CINEMA D'ESSAI	INCONTRI DEL CINEMA D'ESSAI	80	110.000 €
4	CINEVENTI SRL	CINE' - GIORNATE DI CINEMA - RICCIONE	89	100.000 €
5	SENZA BARRIERE ONLUS SCS	Cineteca Audio per i ciechi italiani	74	70.000 €
6	AGNUS DEI ASSOCIAZIONE	Il cinema incontra l'arte	61	70.000 €
7	ACEC-SDC ASSOCIAZIONE CATTOLICA ESERCENTI CINEMA - SALA DELLA COMUNITA'	LOOK UP - Le sale della comunità	74	50.000 €
8	SCUOLE CIVICHE MILANO FONDAZIONE DI PARTECIPAZIONE	Dalle radici del patrimonio cinematografico alle nuove frontiere dell'audiovisivo - Promuovere il cinema e l'audiovisivo per creare nuovi pubblici attraverso strumenti di conoscenza innovativi e sfidanti	79	45.000 €
9	MUSIC VILLAGE SRL	SKYFALL IN CONCERT	64	45.000 €
10	ASSOCIAZIONE VISIONE MILANO	Fuoricinema 2024	70	35.000 €
11	MEDIA SALLES	Strumenti di indagine e comunicazione sulla transizione ecologica delle sale europee e sulla diffusione internazionale del cinema italiano.	69	35.000 €
12	ARCHIVIO AUDIOVISIVO DEL MOVIMENTO OPERAIO E DEMOCRATICO ETS	PREMIO CESARE ZAVATTINI	78	30.000 €
13	UT, LA RETE DEGLI SPETTATORI	A tutto schermo 2024	69	30.000 €
14	DUESSE COMMUNICATION	BEST MOVIE WORLDS	63	30.000 €
15	PICCOLO AMERICA	Il Cinema in Piazza al Parco del Casale della Cervelletta e al Parco di Monte Ciocci	62	30.000 €
16	4/TERZI	Take care. (things never seen)	62	30.000 €
17	ISTITUTO PER LA COMPETITIVITà (I-COM)	Piattaforma unica dei dati sull'audiovisivo in Italia	62	30.000 €
18	HOME MOVIES - ARCHIVIO NAZIONALE DEL FILM DI FAMIGLIA	Memoryscapes - Cibo	76	25.000 €
19	CINEMALIVE SRL	Actor's Industry	74	25.000 €
20	ARCHIVIO AUDIOVISIVO DEL MOVIMENTO OPERAIO E DEMOCRATICO ETS	L'APEROSSA	73	25.000 €
21	ISICULT - ISTITUTO ITALIANO PER L'INDUSTRIA CULTURALE	delle Buone Pratiche Culturali Contro il Disagio (fisico, psichico, sociale) - Anno IX. Pubblicazione rapporto di ricerca e convegno di	72	25.000 €
22	SINDACATO NAZIONALE CRITICI CINEMATOGRAFICI ITALIANI	Rivista CINECRITICA e CINECRITICAWEB	72	25.000 €
23	ANAC ASSOCIAZIONE NAZIONALE AUTORI CINEMATOGRAFICI	ANAC a 360° - dalla scrittura alla sala	70	25.000 €
24	ASSOCIAZIONE MILANO FILM NETWORK	Progetto Industry MFN - In Progress / L'Atelier / Milano Industry Days - MID by MFN	70	25.000 €
25	ARCHIVIO AUDIOVISIVO DEL MOVIMENTO OPERAIO E DEMOCRATICO ETS	RESIDENZA ARTISTICA SUONI E VISIONI	63	25.000 €
26	PROLOCO DI PONTELANDOLFO	Comicron Academy	73	20.000 €
27	FONDAZIONE ROMA TRE TEATRO PALLADIUM	#vite in musica - Rassegna di Biopic musicali, VI edizione	72	20.000 €
28	ARCHIVIO NAZIONALE CINEMATOGRAFICO DELLA RESISTENZA ETS	Il cinema fa la storia. Conservazione, valorizzazione, studio e diffusione delle fonti filmiche audiovisive documentarie nell'era digitale	71	20.000 €
29	ANEC - ASSOCIAZIONE NAZIONALE ESERCENTI CINEMA	LED - Leader Esercenti Donne	71	20.000 €
30	ASSOCIAZIONE CULTURALE ZALAB ETS	Scuola di Video Partecipativo e Cinema Documentario	70	20.000 €
31	QUASAR	0.00La valigia dell'attore. Il lavoro d'attore. Personaggi e interpreti nel tempo	69	20.000 €
32	ISICULT - ISTITUTO ITALIANO PER L'INDUSTRIA CULTURALE	0.00Osservatorio Culture Migranti. L'immaginario migrante. Anno VIII. Pubblicazione rapporto e convegno di presentazione*	68	20.000 €
33	FICE - FEDERAZIONE ITALIANA CINEMA D'ESSAI	LA PROMOZIONE DEL CINEMA D'AUTORE ITALIANO ED EUROPEO	64	20.000 €
34	FONDAZIONE ANICA ACADEMY DEL CINEMA, DELL'AUDIOVISIVO E DEL DIGITALE - ENTE DEL TERZO SETTORE	SCRIPT IN PROGRESS 2024	63	20.000 €
35	FONDAZIONE ENTE DELLO SPETTACOLO	Cinematografo	63	20.000 €
36	MADE OFFICINA CREATIVA EVENTI E TURISMO SOC. COOPERATIVA	Una terra promessa del cinema Analisi socioeconomica del settore cinema nella Provincia di Rimini	62	20.000 €
37	ASSOCIAZIONE FESTIVAL ITALIANI CINEMA	Cinema oggi. Spettatori di domani. Una nuova prospettiva	69	15.000 €
38	ARGONAUTI	Una notte in Italia festival cinematografico di Tavolara 2024	68	15.000 €
39	CINEMA ITALIANO	www.cinemaitaliano.info	67	15.000 €
40	COOPERATIVA SOCIALE GET	Accademia del Cinema Ragazzi	67	15.000 €
41	FICE - FEDERAZIONE ITALIANA CINEMA D'ESSAI	AL CINEMA CON I PROTAGONISTI	65	15.000 €
42	FICE - FEDERAZIONE ITALIANA CINEMA D'ESSAI	VIVILCINEMA	65	15.000 €
43	ASS. CULT. L'IDEA DI CLEVES	6° Festival delle Culture	71	13.000 €
44	A.I.A.C.E. (ASSOCIAZIONE ITALIANA AMICI CINEMA D'ESSAI) NAZIONALE	Osservatorio Nazionale del Cortometraggio | Stati generali del cortometraggio italiano	69	10.000 €
45	KEYFRAME APS	BAD Bergamo Animation Days	68	10.000 €
46	RETE CINEMA CALABRIA ASSOCIAZIONE CULTURALE	Fuori Campo	65	10.000 €
47	IL SIMPOSIO DELLE MUSE	M2filming experience - Mezzogiorno e Mediterraneo	64	10.000 €
48	COOPERATIVA SOCIALE INTEGRATA MATRIOSKA	Pinocchio nel paese delle meraviglie - ottava edizione	64	10.000 €

Fonte: MiC

Le Giornate Professionali di Cinema di Sorrento organizzate da ANEC hanno ottenuto un contributo di 230mila euro

L'EFFETTO TRUMP SU HOLLYWOOD

ECCO COME LA NUOVA PRESIDENZA AMERICANA STA INFLUENZANDO LE STRATEGIE DELLE PRINCIPALI SOCIETÀ CINEMATOGRAFICHE D'OLTREOCEANO. E SE DURANTE IL PRIMO MANDATO TRUMPIANO, SI ERA ASSISTITO A UNA MOBILITAZIONE DI SETTORE CONTRO LA SUA AMMINISTRAZIONE, QUESTA VOLTA IL PANORAMA SEMBRA MOLTO DIVERSO...

di **Gabriele Niola**

Già durante il Festival di Cannes 2024 si era intravisto un primo segnale di cambiamento nel panorama della distribuzione americana, nonostante Donald Trump non fosse ancora tornato alla presidenza. *The Apprentice - Alle origini di Trump*, film di Ali Abbasi sulle origini della fortuna imprenditoriale del magnate, poco lusinghiero e dai chiari intenti politici, non è stato comprato da nessun distributore americano. Temendo una sua rielezione, nessuna società ha voluto gestire un film che l'avrebbe messa in cattiva luce con il potenziale prossimo presidente degli Stati Uniti d'America.

Questo atteggiamento si è intensificato nei mesi successivi, per poi deflagrare dopo l'elezione dello scorso novembre, soprattutto tra le major cinematografiche e le piattaforme streaming. Se durante la sua prima presidenza si era assistito a una mobilitazione compatta dell'industria contro l'amministrazione Trump, questa volta lo scenario appare decisamente diverso. Le grandi aziende tecnologiche e dell'intrattenimento, sempre più integrate in logiche di business globali, stanno rimodulando le proprie strategie per evitare frizioni con la nuova amministrazione.

LIBERTÀ CREATIVA A RISCHIO?

Un tempo, persino colossi come General Electric e Coca-Cola riconoscevano che garantire una certa libertà di espressione nella loro comunicazione era un prezzo necessario per raggiungere un pubblico ampio e assicurarsi profitti significativi. Oggi, con l'avvento della seconda amministrazione Trump, quella stessa libertà appare progressivamente ridimensionata. Amazon, Apple e Disney — tre dei principali player globali — stanno già adottando un approccio più cauto nella produzione e distribuzione dei loro contenuti.

Ben diverso il clima durante il primo mandato di Trump, quando Hollywood si era apertamente schierata e persino le major, come Netflix, avevano promosso e prodotto contenuti fortemente critici nei confronti dell'allora amministrazione. Basti pensare a *Don't Look Up*, in cui Meryl Streep interpreta una presidente dagli inequivocabili tratti trumpiani, o agli accordi stretti con la società di produzione fondata da Barack e Michelle Obama.

Appare evidente che alle divisioni cinematografiche non sarà concesso di mettere a rischio interessi economici più ampi dei gruppi di cui fanno parte con contenuti ❯

potenzialmente controversi. Bob Iger, Ceo di Disney, ha già iniziato a ridimensionare l'impegno della compagnia nella rappresentazione della diversità all'interno dei propri prodotti audiovisivi, dopo oltre un decennio in cui film e animation si erano distinti per l'inclusione di minoranze etniche e non solo. Una strategia che ci si aspetta venga presto adottata anche da Paramount, recentemente acquisita da David Ellison, figlio di Larry Ellison — tra gli uomini più ricchi del mondo e sostenitore dichiarato della campagna di Trump.

LA CRISI DEI DOCUMENTARI

Le prime vittime sembrano essere i documentari politici. Sono stati la grande scoperta del nuovo millennio, prima con Michael Moore e i suoi documentari dagli alti incassi, e poi con le piattaforme che specialmente nei primi tempi avevano trovato nei documentari contenuti dal budget ridotto ma di grande interesse. Se durante la prima presidenza Trump sembrava che i documentari continuassero ad avere un grande mercato (*RBG* e *Knock Down the House* erano diventati successi di pubblico e critica), ora faticano a ottenere distribuzione e l'interesse delle piattaforme di streaming e delle case di produzione per questi progetti è in netto calo. Alex Gibney, forse il più stimato, autorevole e premiato tra i documentaristi americani in attività, ha raccontato alla newsletter di settore *The Ankler*, che oggi è molto più difficile trovare distributori per film che possano risultare scomodi per l'amministrazione.

Un esempio emblematico che fa Gibney è quello del documentario da lui prodotto *The Bibi Files*, su Benjamin Netanyahu, che avrebbe attirato grande attenzione anni fa ma che oggi fatica a trovare una distribuzione. Amazon, Disney e Paramount, che un tempo si sarebbero contese i diritti, oggi preferiscono progetti più allineati con il nuovo corso politico. Un altro caso eclatante è *No Other Land*, documentario sulla situazione in Cisgiordania che ha vinto premi prestigiosi, Oscar compreso, ma che non ha trovato un distributore negli Stati Uniti perché affronta un tema considerato “troppo sensibile”. È riuscito a qualificarsi agli Academy Awards solo con una distribuzione “limitata”.

Nel 2007 a Donald Trump è stata dedicata una stella della famosa Walk of Fame di Hollywood

Al contrario, per aggiudicarsi il documentario su Melania Trump Amazon ha speso una cifra molto alta, 40 milioni di dollari, battendo le offerte di Disney e Paramount. Non si tratta di un documentario di inchiesta ma di uno agiografico sulla vita della first lady, tra i cui produttori c'è lei stessa. Il documentario è attualmente in fase di riprese e il regista è Brett Ratner, scomparso da Hollywood quando nel 2017 è stato accusato di molestie sessuali da diverse attrici (la più nota delle quali è Olivia Munn) su diversi set. Jeff Bezos, che durante la prima presidenza aveva preso chiare posizioni anti-trumpiane con il *Washington Post*, quest'anno oltre a non schierare il suo giornale, ha anche contribuito a finanziare la cerimonia di insediamento.

LA RITIRATA DEI GRANDI STUDIOS DAL DIBATTITO POLITICO

The Apprentice, che non era stato comprato per il territorio Nord Americano al mercato di Cannes, ha poi trovato un distributore un mese dopo (cosa altamente inusuale per un film del concorso, per giunta a produzione in parte statunitense e con due attori grandi come Sebastian Stan e Jeremy Strong) con Briarcliff Entertainment. Il film è uscito negli Stati Uniti a ottobre in pochissime sale e con poca pubblicità ma ha ottenuto due nomination (andate a vuoto) agli Oscar, proprio per i suoi due attori più noti. È un film che l'Academy giudica rilevante ma che è stato distribuito con grandissima timidezza e senza il supporto di un grande studio.

Soprattutto in questa fase iniziale, e ricordando come Trump mise in difficoltà la Disney durante il suo primo mandato in relazione all'acquisizione della 20th Century Fox, nessuno vuole ripetere l'errore di posizionarsi come alfiere della lotta al nuovo potere. E di certo non vuole commetterlo di nuovo Disney, che ha recentemente eliminato il programma *Reimagine Tomorrow*, che promuoveva la diversità e l'inclusione nei suoi uffici. Per esempio, la diversità non sarà più un criterio nel determinare i compensi dei manager. È una battaglia pienamente trumpiana quella per l'eliminazione di queste politiche denominate DEI (Diversity, Equity, Inclusion).

Disney ha anche modificato gli avvertimenti che precedono i suoi film o cartoni animati su Disney+. Là dove prima era scritto che il contenuto in questione "include rappresentazioni negative e/o maltrattamenti ai danni di popolazioni o culture", ora è scritto "questo contenuto è presentato nella maniera in cui fu originariamente creato e potrebbe contenere stereotipi o rappresentazioni negative".

IL CONTROLLO DEL GOVERNO SU HOLLYWOOD

Dopo anni in cui la produzione audiovisiva è stata apertamente orientata alla protesta e alla contestazione – spesso con riscontri economici positivi – il secondo mandato di Trump sembra riuscito a invertire la rotta. Il periodo che si apre sarà certamente meno turbolento e carico di tensioni rispetto agli anni di George W. Bush e del primo mandato di Trump. Se da un lato questa nuova fase promette maggiore stabilità negli investimenti ❯

e nei rapporti con il potere, dall'altro rischia di indebolire la capacità di film e serie Tv di incidere sul dibattito pubblico e intercettare i pensieri, i desideri e le istanze del loro pubblico potenziale.

Non si tratta soltanto di misure preventive adottate per timore di possibili conseguenze, ma si sono già registrati interventi diretti del governo nel settore audiovisivo. La Federal Communications Commission (FCC), sotto la nuova amministrazione, ha avviato un'indagine su Comcast – proprietaria di Universal – per verificare se le sue politiche di diversità costituiscano una forma di discriminazione, a danno di chi non appartiene a minoranze. Un'indagine che ha accentuato la pressione su numerose aziende riguardo alle politiche DEI (Diversità, Equità e Inclusione). A rendere ancora più esplicita l'intenzione della nuova amministrazione di intervenire direttamente sul settore culturale e dell'intrattenimento è stata la recente nomina di tre figure simboliche di Hollywood a "inviati speciali" del presidente. Mel Gibson, Sylvester Stallone e Jon Voight sono stati ufficialmente incaricati da Trump di rappresentare il governo degli Stati Uniti in missioni diplomatiche e iniziative culturali all'estero. Un gesto dall'indubbio valore politico e mediatico, che sottolinea l'intenzione dell'amministrazione di imprimere una svolta ideologica anche nell'export dell'immaginario americano. Coerentemente con la predilezione del governo Trump per l'immagine più che per la sostanza, molti gruppi industriali hanno confermato di mantenere attive queste strategie, spesso considerate indispensabili per motivi di business – ad esempio nell'audiovisivo, dove rappresentare un pubblico diversificato è fondamentale per attrarre spettatori in sala –, limitandosi però a rimuovere l'etichetta DEI, ormai percepita come un marchio d'infamia.

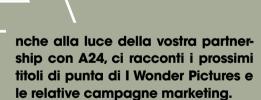
Non è riuscito però a lavorare sulle apparenze il Kennedy Center for the Performing Arts, il principale ente culturale del governo federale dedicato alla promozione delle arti performative negli Stati Uniti, simbolo del soft power culturale statunitense nonché punto di riferimento per la scena artistica del Paese. Trump ha rimosso l'intero consiglio direttivo e ha nominato se stesso presidente, dichiarando di voler promuovere una "Nuova età dell'oro per l'arte americana", eliminando quella che lui definisce "propaganda anti-americana". La produttrice e sceneggiatrice Shonda Rhimes (*Bridgerton, Grey's Anatomy*) ha rassegnato le dimissioni dal board in segno di protesta. BO

WWW.BESTMOVIECOMICSANDGAMES.IT

INNOVARE CON UNA VISIONE TAILOR-MADE

LA VICE-PRESIDENT AND HEAD OF MARKETING DI I WONDER PICTURES, **EMANUELA CEDDIA**, RACCONTA LA VISIONE DIETRO I SUCCESSI PIÙ RECENTI E IL SALTO DI QUALITÀ IMPRESSO DALLA PARTNERSHIP CON A24. SPIEGA INOLTRE COME COSTRUIRE UN ENGAGEMENT CAPACE DI RAGGIUNGERE PUBBLICI DIVERSI, ATTRAVERSO SINERGIE STRATEGICHE CON L'ESERCIZIO E GLI INFLUENCER, EVENTI SU MISURA E ATTIVITÀ MIRATE DI BRAND AWARENESS

di **Paolo Sinopoli**

Anche alla luce della vostra partnership con A24, ci racconti i prossimi titoli di punta di I Wonder Pictures e le relative campagne marketing.

Con i titoli in uscita da qui all'inizio dell'estate, entriamo nel vivo della nostra partnership con A24. Opere come *Opus*, *The Legend of Ochi, Death of a Unicorn* e *Warfare* richiedono una pianificazione che sappia cavalcare la loro notorietà internazionale e ci permetta di affiancare a un lavoro orizzontale su tutti i film delle punte di approfondimento verticale sui singoli titoli, andando a definire target specifici che escano anche al di fuori dei confini del pubblico cinematografico abituale. L'obiettivo ultimo è promuovere i film in maniera larga, farli arrivare a tutto il pubblico possibile con campagne importanti sia per budget che per media mix. *Opus*, che ha già nel suo pubblico naturale gli appassionati di thriller, ci sta dando la possibilità di esplorare collaborazioni nel settore musica. *Death of a Unicorn* ha come target primario gli amanti delle commedie dark, ma gli stiamo dando elementi per intercettare un pubblico più ampio, attratto dalle vibe alla *Jurassic Park* e dal cast trasversale. *The Legend of Ochi* è già in campagna da Natale scorso con strategie ben distinte, orientate da un lato al pubblico family/kids e dall'altro ai nostalgici dei film d'avventura anni 80 alla Spielberg. *Warfare* deborda dalla definizione di "film di guerra" e non vediamo l'ora di raccontare al pubblico quest'opera di grande impatto, con un cast che nel nostro Paese ha un grande seguito.

Qual è la sfida più grande nel gestire un listino di qualità così variegato?

Lavorare sul cinema americano con realtà indipendenti di eccellenza come ❯

Per *The Substance* è stata pianificata una campagna anticonvenzionale con materiali ad hoc, distinti per i diversi target, attivati in modalità, tempi e tramite canali diversi. I materiali puntavano su aspetti horror, sul fashion e su temi attuali al femminile. «*The Substance* si prestava molto bene a un lavoro dedicato», spiega Emanuela Ceddia. «È un film così denso di spunti che abbiamo avuto modo di "farlo a pezzi"».

A inizio maggio uscirà *The Legend of Ochi*, orientato verso un pubblico family/kids e nostalgici dei film d'avventura anni 80

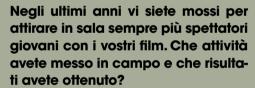
A24 è un passaggio industriale importante, ma ci siamo distinti per anni per la nostra attenzione al cinema e agli autori europei. Non intendiamo rinunciare al lavoro fatto su quel terreno, anzi, tutto il nostro storico ci suggerisce non solo di continuare a lavorare sulla qualità, ma di applicare su prodotti più "commerciali" un approccio simile a quello sviluppato finora, valorizzando il nostro *know-how* sulle campagne *tailor-made*. La sfida è dare a ogni film una sua chiave di lettura di marketing e lavorare su quella.

Da A24 ricevete supporto e direttive precise sulle campagne marketing?

Troviamo che tra i tratti distintivi delle campagne A24 – oltre a un elemento di *coolness* che da loro mutuiamo volentieri – ci sia la capacità di valorizzare i film tramite azioni di lunga portata, che iniziano a grande distanza dalla *release*, per poi intensificarsi con materiali sempre più specifici. Questo consente anche a noi di aprire i giochi molto presto, per poi tenere desta l'attenzione nel corso dei mesi. Il rapporto con A24 è dialogico, quindi non parlerei di "direttive", quanto di una serie di input e di contenuti che ci vengono messi a disposizione per sostenere questi input. A questo aggiungiamo un lavoro ad hoc per selezionare i materiali più adeguati e calarli nel tessuto del nostro mercato, adeguandoli alle peculiarità del pubblico.

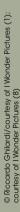
Per *The Substance* avete realizzato una campagna "anticonvenzionale" che ha attirato l'attenzione del grande pubblico. Qual è stata la strategia dietro questa comunicazione e come ha contribuito al successo del film?

Abbiamo da subito individuato target distinti: quello degli amanti dell'horror, un secondo target legato alle caratteristiche pop del film, che apriva sul fashion, e un terzo basato sulla sua capacità di affrontare temi attuali come il femminile, il rapporto con il corpo e l'età. La chiave è stata definire materiali ad hoc distinti per i diversi target, attivati in modalità, tempi e tramite canali diversi. *The Substance* si prestava molto bene a un lavoro dedicato: è un film così denso di spunti che abbiamo avuto modo di "farlo a pezzi", prendere quello che ci serviva e portare avanti azioni più o meno convenzionali, dalla produzione di oggetti collezionabili al coinvolgimento di artisti per proporre creatività alternative, dall'attivazione di creator specializzati, alle attività di ambient marketing, oltre all'organizzazione di eventi, anteprime e feste a tema.

Negli ultimi anni vi siete mossi per attirare in sala sempre più spettatori giovani con i vostri film. Che attività avete messo in campo e che risultati avete ottenuto?

Soprattutto su questa fascia di pubblico conta molto la comunicazione che attraversa i social e i creator digitali, un aspetto su cui lavoriamo con continuità e attenzione. Un altro elemento fondamentale è quello del passaparola: funzionano i film che, se vengono visti, colpiscono e suggeriscono la voglia di parlarne. Questo è un esito che va pilotato, in modo che si arrivi alla data di uscita con un passaparola già attivo, un risultato che otteniamo con una strategia attenta sulle anteprime, costruite come esperienze irripetibili.

Nel corso degli anni avete investito molto in brand awareness per rendere sempre più autorevole il marchio di I Wonder Pictures. Come lavorate su questo fronte?

Con I Wonder abbiamo da sempre puntato sul concetto di linea editoriale: il listino è frutto di scelte che guardano al risultato commerciale, ma sono dettate anzitutto dall'attenzione a quello che i film riescono a dire. Sapere che un film è I Wonder dovrebbe rappresentare uno spunto di aspettativa rispetto a quel film. Questo non significa avere un prodotto uniforme: le nostre proposte sono diverse tra loro, ma sono accomunate da uno spi-

Il thriller con John Malkovich *Opus - Venera la tua stella,* uscito al cinema il 27 marzo

Death of a Unicorn, con Jenna Ortega, Paul Rudd, Téa Leoni e Will Poulter, in sala dal 10 aprile. Per Ceddia, il flim «ha come target primario gli amanti delle commedie dark, ma gli stiamo dando elementi per intercettare un pubblico più ampio, attratto dalle vibe alla *Jurassic Park* e dal cast trasversale»

rito di ricerca di quello che oggi ha senso vedere sul grande schermo. Attorno a questa linea editoriale, è importante creare una narrazione. Dietro questo risultato c'è molto lavoro web e social, e fanno tanto anche gli uffici stampa. Ma uno dei modi in cui ci risulta più naturale veicolare la nostra identità è attraverso gli eventi. Lato consumer, questo può significare l'attivazione di partnership e spazi editoriali nei festival di cinema, o l'organizzazione di eventi come l'I Wonder Pictures Oscar Party. Lato business, possiamo invece citare gli unConventional Meeting dedicati ad agenti ed esercenti, e il connubio tra eccellenze culinarie italiane e cinema di Casa I Wonder in alcune delle più prestigiose manifestazioni internazionali.

Qual è stata, nell'ultimo anno, l'operazione marketing realizzata di cui è più orgogliosa?

Citerei di nuovo *The Substance*. È stato un film sfidante, non era scontato innescare l'effetto valanga e farlo diventare il film che *dovevi* andare a vedere. Abbiamo decisamente travalicato l'alveo dell'horror, come era nelle nostre intenzioni, ed è stata una sfida vinta.

Come descriverebbe la vostra strategia a livello di social media?

È una strategia che muove lungo due direttive: i contenuti e le relazioni. Dal punto di vista dei contenuti, i nostri piani editoriali affiancano ai materiali di comunicazione più classici (trailer, poster, spot) contenuti pensati direttamente per i social. Esemplare il lavoro su TikTok, dove, oltre ad avere un "volto" riconoscibile che racconti i film di I Wonder in modalità coerenti con i trend del momento, coinvolgiamo nella realizzazione di contenuti anche alcuni dei più apprezzati creator digitali del settore cinema. Dal punto di vista delle relazioni, oltre a curare la community prestiamo grande attenzione all'universo dei creator, in modo da intensificare la presenza pervasiva dei discorsi sui nostri film ben al di fuori dei nostri canali.

Quali aspetti ritiene essenziali oggi per costruire una campagna marketing originale ed efficace?

Sicuramente occorre estrapolare di ogni film ciò che lo distingue dal resto della proposta cinematografica: valorizzare le sue peculiarità, uscire dal flusso continuo di comunicazione da cui chiunque viene bombardato e cercare quei punti di luce che possono diventare l'attrattiva.

Che tipo di sinergie portate avanti con l'esercizio a livello di comunicazione e come si può ulteriormente migliorare questa collaborazione?

Quella con l'esercizio è una sinergia molto rodata. L'evoluzione della nostra linea editoriale implica dei cambiamenti, a partire dal dato che ora i nostri film entrano in una gamma di sale più ampia, a cominciare dalle multisale, con cui abbiamo già iniziato a lavorare ma con cui agiremo sempre più a stretto contatto, senza però mai lasciare indietro l'altrettanto importante apporto dei circuiti che lavorano sulla qualità – un prodotto per cui, tra l'altro, uno dei luoghi cardine di promozione sono proprio le sale, punto di contatto inestimabile con il pubblico cinefilo. Volendo già immaginare una prospettiva di miglioramento rispetto a quanto fatto finora, ci piacerebbe poter lavorare con maggior anticipo nella promozione dei titoli all'interno dei cinema, trasponendo anche lì una dinamica di campagna "lunga" che possa essere disseminata nel tempo. E non parlo solo di traileraggio o allestimenti, ma anche di un maggiore coinvolgimento, già nelle prime fasi di campagna, di tutti i canali di comunicazione delle sale e dei circuiti. BO

Nel listino di I Wonder Pictures rientra anche *The End* di Joshua Oppenheimer, con Tilda Swinton, Michael Shannon e George MacKay

ALTI E BASSI DEGLI INCASSI NEI VARI GIORNI DELLA SETTIMANA

SABATO E DOMENICA REGISTRANO QUASI LA METÀ DELLE ENTRATE DELL'INTERA SETTIMANA. E NELLE ALTRE GIORNATE DI QUANTO CALANO LE PRESENZE? ECCO UNA FOTOGRAFIA DETTAGLIATA DI COME VARIA L'AFFLUENZA DEL PUBBLICO NELL'ARCO DEI SETTE GIORNI CONFRONTANDO I DATI DAL 2017 AL 2024

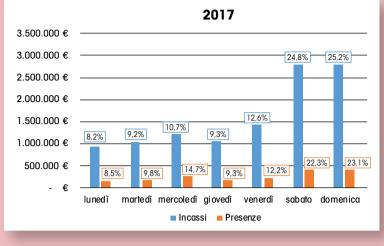
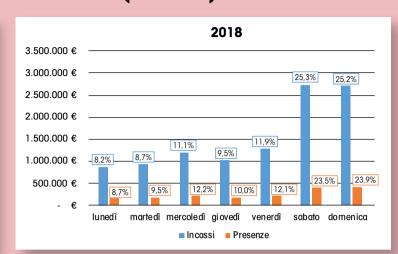
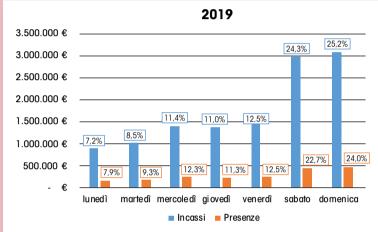
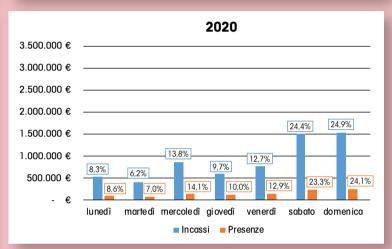
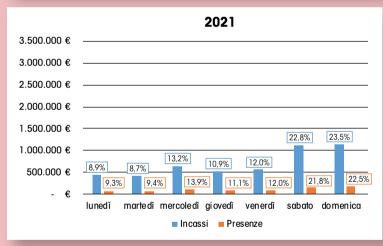
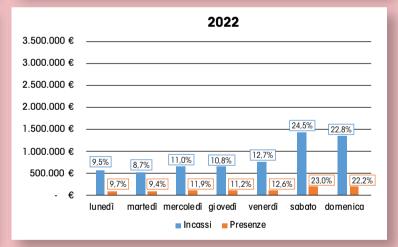
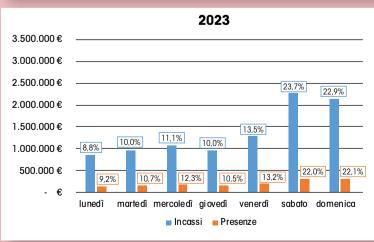
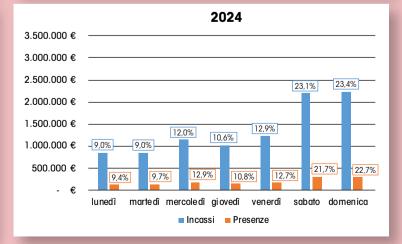
di **Simone Soranna**

Come si distribuisce il pubblico in sala durante le sette giornate di programmazione? E poi, come sono cambiate le abitudini di frequentazione del pubblico, a livello di affluenza nel weekend o nei feriali, dopo il Covid? Per esempio, in Italia si sta verificando quel deciso calo delle presenze la domenica come successo in Spagna nel post-pandemia? Per dare risposta a queste domande abbiamo preso in esame i dati Cinetel dal 2017 al 2024, studiando gli andamenti del box office nelle singole giornate e provando a tracciare un profilo di come stiano (o non stiano) cambiando le abitudini del pubblico.

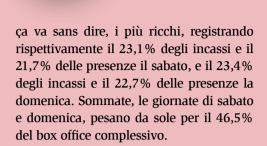
UN ANDAMENTO IN CRESCENDO DAL LUNEDÌ ALLA DOMENICA

Ciò che emerge è un comportamento piuttosto intuibile: la settimana cinematografica inizia in sordina, il lunedì, per poi via via carburare sempre più ed esplodere nel weekend. Come si vede nelle tabelle di queste pagine, nel 2024 il lunedì copre una fetta pari al 9,4% degli incassi e al 9% delle presenze totali settimanali; il martedì ha valori molto simili (9% degli incassi e 9,7% delle presenze); mentre il mercoledì registra un lieve picco (12% degli incassi e 12,9% delle presenze), probabilmente perché associato spesso a promozioni o serate di rassegne, unitamente al fatto che spesso si tratta dell'ultimo dei tre giorni delle uscite-evento che le case di distribuzione organizzano per vitalizzare un po' i primi giorni della settimana. Ma soprattutto, quando parliamo di mercoledì, parliamo del giorno delle anteprime che di sovente precedono la regolare distribuzione in sala programmata, come di consueto, il giovedì. A proposito del giovedì, il giorno di lancio della distribuzione dei film in prima visione pesa per il 10,6% degli incassi e il 10,8% delle presenze, dunque numeri inferiori rispetto alle due giornate che lo circondano, ovvero il mercoledì e il venerdì. Il venerdì, infatti, rappresenta la prima sera del fine settimana, quindi una scelta piuttosto apprezzata dal pubblico italiano che inizia a riversarsi in sala per il weekend, contando per il 12,9% degli incassi e il 12,7% delle presenze. I giorni festivi di sabato e domenica sono poi, ›

Fig. 1

MEDIA INCASSI E MEDIA PRESENZE NEI 7 GIORNI DELLA SETTIMANA (2017-2024)

Le % si riferiscono alla quota di incassi e presenze registrate nelle specifiche giornate di lunedì, martedì, mercoledì, giovedì, venerdì, sabato e domenica, fatto 100% l'incasso e le presenze dell'intera settimana

Fonte: iStock (1), Shatterstock (3)

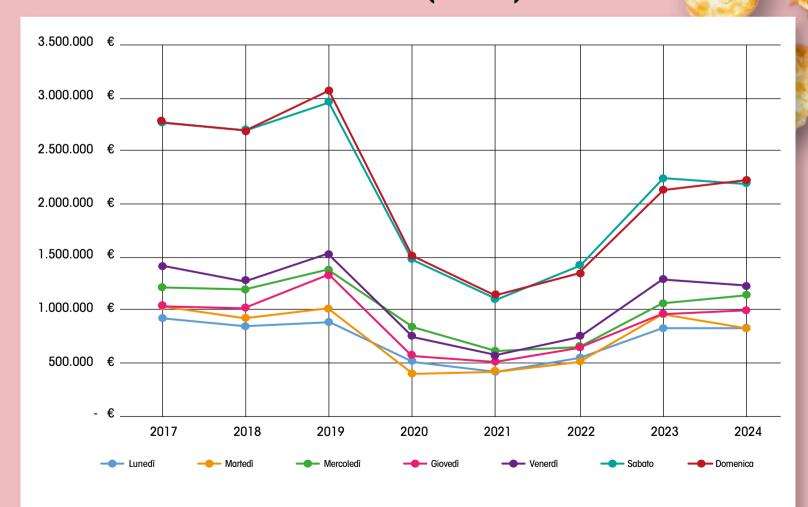
ça va sans dire, i più ricchi, registrando rispettivamente il 23,1% degli incassi e il 21,7% delle presenze il sabato, e il 23,4% degli incassi e il 22,7% delle presenze la domenica. Sommate, le giornate di sabato e domenica, pesano da sole per il 46,5% del box office complessivo.

POCO È CAMBIATO NEGLI ANNI

Gettando uno sguardo alle annate precedenti al 2024, non si evidenziano forti cambiamenti. La proporzione della divisione degli incassi nei vari giorni della settimana è rimasta tutto sommato inalterata anche negli anni precedenti. Dal 2017 al 2023 non ci sono da riportare epocali cambi di passo; solo piccole variazioni. Per esempio, vale la pena sottolineare un dato interessante che segna una differenza tra il post e il pre-Covid. Proprio a partire dal 2020, ovvero con l'arrivo della pandemia, il lunedì ha iniziato ad attirare

a sé più mercato vincendo sempre (eccetto che nel 2023) la sfida con il martedì. Nel dettaglio, nel 2020 il lunedì ha registrato l'8,3% delle presenze settimanali, a fronte di un incasso dell'8,6%, superando il martedì che invece si è assestato sul 6,2% di presenze e il 7% di incassi. Nel 2021 il confronto si è concluso con un pareggio: il lunedì, infatti, ha superato di poco il martedì circa le presenze ❯

Fig. 2

INCASSI MEDI NEI SINGOLI GIORNI DELLA SETTIMANA (2017-2024)

3.500.000 €
3.000.000 €
2.500.000 €
2.000.000 €
1.500.000 €
1.000.000 €
500.000 €
- €
2017 2018 2019 2020 2021 2022 2023 2024
Lunedì Martedì Mercoledì Giovedì Venerdì Sabato Domenica

Fonte: Cinetel

(rispettivamente 8,9% e 8,7% del totale), mentre il martedì ha incassato leggermente di più (chiudendo la corsa con un 9,4% degli incassi totali a discapito del 9,3% segnato dal lunedì). Nel 2022, invece, il cambio di passo torna netto: il lunedì totalizza il 9,5% di presenze a fronte del 9,7% di incassi, mentre il martedì si ferma rispettivamente all'8,7% e al 9,4%. Infine, come si è detto, il 2023 segna una vera e propria anomalia, poiché vede il martedì nettamente preferito al lunedì. Il secondo giorno della settimana, infatti, si assesta a un 10% di presenze per un 10,7% di incasso annuale, mentre il lunedì resta fermo all'8,8% di presenze per un 9,2% di incasso.

Da segnalare anche una variazione sulla domenica che, pur restando stabilmente il giorno preferito per recarsi in sala, dal 2017 al 2024 ha subìto un certo calo, passando dal 25,2% di peso sul totale nel 2017, al 23,4% nel 2024. Le ragioni sono sicuramente molteplici, tra queste potrebbe farsi largo l'idea di aver trovato "conforto" anche negli spettacoli settimanali, notoriamente meno affollati e meno frequentati dal grande pubblico, che durante gli anni della pandemia hanno convinto buona parte di spettatrici e spettatori a dare loro un'occasione per le proiezioni in condizioni di minor affollamento (un aspetto psicologico da non sottovalutare nei mesi caldi in cui il Covid minacciava gli spazi chiusi e pieni di persone). Questa "crisi della domenica" è però molto meno marcata rispetto a quella che sta vivendo la Spagna. Come riportato nell'articolo pubblicato sul numero di marzo di *Box Office Spagna*, sul suolo castigliano le domeniche stanno perdendo decisamente più terreno, arrivando a segnare un calo fino al 50%

Fig. 3
IL PESO DEL WEEKEND AL BOX OFFICE (2017-2024)

Fonte: Cinetel

IL GIORNO MIGLIORE DELL'ANNO

martedì 26 dicembre 2017
7.869.493 euro di incassi
1.080.811 presenze

mercoledì 26 dicembre 2018
7.305.051 euro di incassi
1.014.146 presenze

giovedì 26 dicembre 2019
8.812.906 euro di incassi
1.225.693 presenze

mercoledì 1 gennaio 2020
11.732.792 euro di incassi
1.602.307 presenze

sabato 18 dicembre 2021
4.015.102 euro di incassi
52.6547 presenze

lunedì 26 dicembre 2022
5.755.102 euro di incassi
709.100 presenze

martedì 26 dicembre 2023
5.570.562 euro di incassi
733.483 presenze

giovedì 26 dicembre 2024
6.979.127 euro di incassi
893.274 presenze

Fonte: Cinetel

rispetto al pre-pandemia (in Italia è il -22%).

DOMENICA: IL GIORNO PREFERITO DAGLI SPETTATORI

Per quanto riguarda la sfida del weekend a cui accennavamo, i dati certificano come la vera regina della settimana sia la domenica, non il sabato. In termini assoluti, dovremmo parlare di un pareggio, di un equilibrio pressoché solidissimo tra le due giornate. Ma se andiamo a studiare il dettaglio, allora ecco che la domenica si rende leggermente più protagonista. Ci riferiamo principalmente al dettaglio delle presenze più che a quello dell'incasso delle singole giornate. Dal 2017 al 2019, il pubblico italiano si è riversato in sala piuttosto equamente nei sabati e nelle domeniche, prediligendo di poco l'ultima giornata della settimana. I sabati del 2017, ad esempio, hanno totalizzato 20.613.611 di presenze totali, a dispetto dei 21.351.910 della domenica. Lo scarto è davvero irrisorio, così come accaduto nel 2018 (20.220.856 biglietti staccati il sabato, contro i 20.536.373 della domenica) e nel 2019 (22.148.630 contro 23.447.962). La tendenza è rimasta la medesima anche negli anni della pandemia, seppur con numeri sensibilmente inferiori, e rimarca una costante che dura ancora oggi (nel 2024, il sabato ha totalizzato 15.106.638 presenze mentre la domenica 15.842.994). Solamente il 2022 segna un'eccezione, un cambio di rotta isolato in cui il sabato ha vinto la sfida riuscendo a raccogliere 10.233.156 di presenze a dispetto dei 9.884.592 della domenica.

IL GIORNO PEGGIORE DELL'ANNO

lunedì 31 luglio 2017
254.834 euro di incassi
45.534 presenze

lunedì 9 luglio 2018
249.583 euro di incassi
70.302 presenze

lunedì 24 giugno 2019
311.409 euro di incasso
56.377 presenze

lunedì 15 giugno 2020
11.230 euro di incassi
2.211 presenze

martedì 27 aprile 2021
20.874 euro di incassi
3.375 presenze

giovedì 3 febbraio 2022
149.991 euro di incassi
26.139 presenze

lunedì 6 febbraio 2023
347.484 euro di incassi
57762 presenze

lunedì 27 maggio 2024
265.157 euro di incassi
41.777 presenze

Fonte: Cinetel

IL PESO DEL WEEKEND

Come visto, nel 2024, la domenica e il sabato hanno pesato da soli per il 46,5% del box office complessivo: se poi si considera il weekend cinematografico "classico", ovvero i 4 giorni da giovedì – quando escono i nuovi film in prima visione – a domenica, il fine settimana arriva a contare da solo per il 72,8%. Una percentuale certo molto alta quella del weekend rispetto ai feriali (27,2%), ma che di fatto è rimasta simile al pre-covid (la media delle annate 2017-18-19 era del 72,3%).

CURIOSITÀ: IL GIORNO PIÙ RICCO E PIÙ POVERO DELL'ANNO

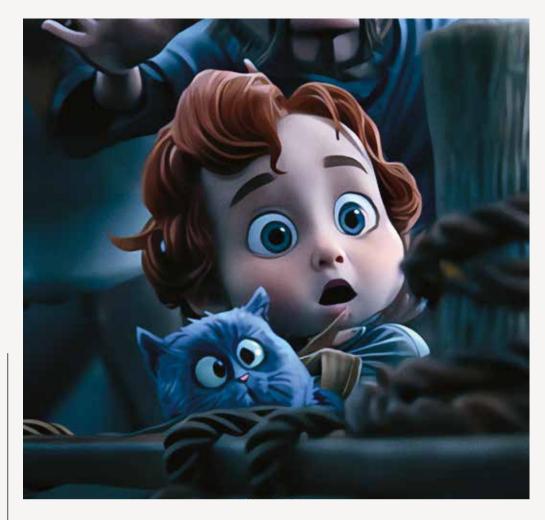
Un altro aspetto che, in Italia, rimane invariato negli anni è quello relativo alla giornata più ricca della stagione (sia in termini di incassi sia di presenze). Come infatti la maggior parte delle persone può facilmente intuire, il 26 dicembre, giornata di Santo Stefano, resta tradizionalmente il momento preferito dal pubblico italiano per recarsi in sala. È stato sempre così, dal 2017 al 2024, con le uniche eccezioni del 2020 e del 2021 quando, rispettivamente, i cinema italiani si sono riempiti maggiormente nella giornata di mercoledì 1 gennaio e sabato 18 dicembre. Le motivazioni possono essere facilmente ipotizzate: il primo gennaio 2020 segnò l'esordio in sala di *Tolo Tolo*, l'attesissimo ritorno al cinema del fenomeno Checco Zalone; il 18 dicembre 2021, invece, fu il giorno del primo weekend di *Spider-Man: No Way Home*, il terzo capitolo di una delle saghe Marvel più amate e coinvolgenti di sempre, capace persino di riportare il pubblico al cinema nonostante ci trovassimo in una fase ancora di lenta ripartenza per provare a uscire dalle maglie della pandemia. Al di là di queste due eccezioni, Santo Stefano è il re indiscusso del box office italiano. Il discorso è differente invece al suo opposto. Ovvero, non esiste una giornata in particolare in cui il pubblico della nostra penisola preferisce stare lontano dalle sale, anche se tendenzialmente questo accade durante il periodo estivo. Per quanto riguarda il 2017 il record a ribasso fu vinto dal 31 luglio; il 9 luglio fu invece campione in negativo nel 2018, mentre nel 2019 fu la volta del 24 giugno. Giugno si riconferma anche nel 2020, nella giornata del 15, mentre per il 2021 si anticipa un po' la questione al 27 aprile. La tarda primavera è protagonista in negativo anche per il 2024 (27 maggio), certificando quindi la tendenza a preferire l'aria aperta non appena la bella stagione lo concede. Tuttavia, è da notare come per due anni consecutivi, il 2022 e il 2023, sia stato febbraio a ospitare il record a ribasso per il mercato italiano. BO

CINEMA RELIGIOSO: INVESTIMENTI IN CRESCITA

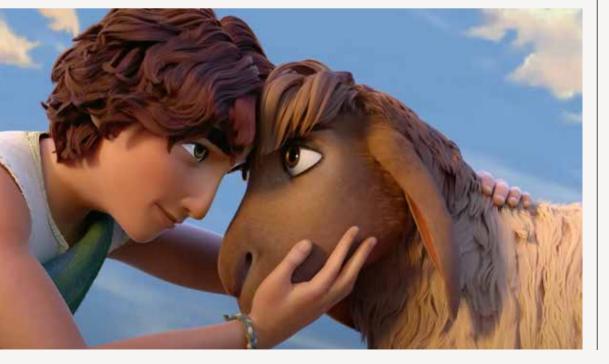
QUASI DUE ANNI DOPO IL TRAVOLGENTE SUCCESSO DI *SOUND OF FREEDOM*, LA PIPELINE DEI FILM RELIGIOSI (SOPRATTUTTO CRISTIANI) CONTINUA A ESSERE BEN NUTRITA DI TITOLI IN ARRIVO NELLE SALE STATUNITENSI, MA ANCHE IN STREAMING. E ORA SI PUNTA SULL'ANIMAZIONE CON *DAVID*, MUSICAL PRODOTTO DA ANGEL STUDIOS CHE L'HA GIÀ LANCIATO COME UNO DEGLI ANIMATION CHE INCASSERÀ DI PIÙ NELLA STORIA

di **Cristiano Bolla**

Da sinistra in senso orario: la serie prodotta da Prime Video *House of David* e i film d'animazione *The King of Kings* (che racconta la storia di Gesù Cristo narrata da un giovane Charles Dickens) e *David* (musical sulla vita dell'antico profeta)

C'è un comparto del cinema americano che non mostra segni di cedimento. Al contrario, continua a crescere e attraversa una stagione di grande fermento: si tratta del cosiddetto "faith-based cinema", ovvero quei film a forte contenuto religioso, perlopiù di ispirazione cristiana. Ad agire da ariete per spalancare i portoni del botteghino è stato, nel 2023, *Sound of Freedom*, titolo prodotto dall'ormai specializzata società Angel Studios, che ha raccolto 184 milioni di dollari al box office negli Stati Uniti e 250 milioni in tutto il mondo. Quel film ha saputo intercettare il favore del pubblico più devoto che, tramite il passaparola e iniziative particolari come i biglietti sospesi e il crowdfunding, ha convinto le realtà coinvolte nella produzione e distribuzione di questo genere di film a schiacciare il piede sull'acceleratore. Persino le major si sono dotate di una divisione dedicata appositamente ai film religiosi: Sony tramite Affirm Films, e Lionsgate attraverso la produzione Kingdom Stories Company, ad esempio.

ANGEL STUDIOS PUNTA (ANCHE) ALL'ANIMAZIONE

I risultati si vedono già: Angel Studios, dopo il citato film diretto da Alejandro Monteverde, ha fatto registrare buoni risultati anche con *Homestead* (20,7 milioni di dollari), *Cabrini* (20,5 milioni), *Bonhoeffer* (12 milioni) e *Sound of Hope: The Story of Possum Trot* (11,7 milioni), tutti portati al cinema nel 2024 insieme agli episodi della serie sulla vita di Gesù, *The Chosen*. Lo studio con base nel religiosissimo Utah ha già pronta una line-up di titoli per il prossimo futuro: oltre ad aver già distribuito *Brave the Dark* con Jared Harris e Nicholas Hamilton a gennaio, ad aprile punterà su *The King of Kings*, film d'animazione religioso che racconta la storia di Gesù Cristo, ma narrata dal punto di vista di un giovane Charles Dickens intento a raccontare una favola al figlio e nel cui cast di doppiatori figurano nomi come Kenneth Branagh, Uma Thurman, Mark Hamill, Pierce Brosnan, Forest Whitaker, Ben Kingsley e Oscar Isaac; e poi, il 23 maggio, toccherà al drama *The Last Rodeo*, meno "religioso" rispetto agli altri ma importante e strategico per lo studio, che infatti intende distribuirlo in occasione del Memorial Day. E a novembre Angel Studios porterà sul grande schermo un altro importante animation, intitolato *David*, musical sulla vita dell'antico profeta che, secondo lo studio, diventerà il film d'animazione con l'incasso più alto di tutti i tempi (dichiarazione precedente al successo di *Inside Out 2* e del cinese *Ne Zha 2*, ma non per questo meno ambiziosa). Il budget per il film si aggira attorno ai 61 milioni di dollari, di cui circa 50 milioni sono stati raccolti tramite crowdfunding. Inoltre, l'uscita del film è stata preceduta dalla serie in 5 episodi *Young David*.

Temi religiosi saranno alla base anche di *Rule Breakers*, film afghano per il quale lo studio ha acquisito i diritti di distribuzione domestici e ha portato in sala a inizio marzo 2025. Da non dimenticare, inoltre, che la quinta stagione ›

della serie evento *The Chosen* ha avuto una distribuzione nelle sale statunitensi tra marzo ed inizio aprile (anche in Italia con Nexo Digital), dopo che i precedenti episodi erano stati distribuiti in sala con notevoli risultati: la quarta stagione aveva superato i 30 milioni di dollari e le tornate di episodi erano sempre entrate nella Top 10 degli incassi settimanali al box office domestico.

GLI INVESTIMENTI DI NETFLIX E DELLE ALTRE PIATTAFORME

Angel Studios non è l'unica realtà attiva nel settore, come detto. Anche le piattaforme si sono mosse in questa direzione, Netflix in testa: mentre Prime Video è impegnata a produrre la serie *House of David*, il colosso dalla N rossa ha siglato un accordo pluriennale con Tyler Perry e DeVon Franklin per la produzione di film a tema religioso. Si partirà da *R&B*, racconto in chiave moderna della storia d'amore biblica tra Ruth e Boaz, ambientata in Tennessee e incentrata su una giovane donna che lascia la scena musicale di Atlanta per prendersi cura di una vedova, trovando nel contempo l'amore della sua vita e la madre che non ha mai avuto. All'elenco va aggiunto poi il sequel del campione dei film cristiani, *La passione di Cristo*, dramma biblico da 612 milioni di dollari al box office nel 2004 di ritorno sul grande schermo con questo seguito a lungo anticipato da Mel Gibson. Lo stesso regista, recentemente, ha anticipato che le riprese inizieranno nel 2026 e che si tratterà di un «*trip da acido*», aggiungendo che sarà un progetto dai contorni mai visti prima. BO

Dall'alto: i film prodotti da Angel Studios *Cabrini* (uscito nei cinema americani con un incasso di 20,5 milioni di dollari) e *The Sound of Freedom* (campione di incassi da oltre 184 milioni di dollari nel 2023 al box office USA); la serie in arrivo su Netflix *R & B* (racconto in chiave moderna della storia d'amore biblica tra Ruth e Boaz); il film afghano *Rule Breakers* che Angel Studios ha distribuito a inizio marzo negli Stati Uniti

NE ZHA 2, IL SUCCESSO CINESE CHE METTE IN OMBRA HOLLYWOOD

IL FILM PRODOTTO NELLA TERRA DEL DRAGONE HA SUPERATO I 2 MILIARDI DI DOLLARI DI BOX OFFICE GLOBALE ED È DIVENTATO IL TITOLO ANIMATO DI MAGGIOR INCASSO DI SEMPRE, BATTENDO ANCHE *INSIDE OUT 2*. ECCO COME CI È RIUSCITO

di **Gabriele Niola**

La risposta più efficace che la Cina potesse dare all'incertezza dell'industria cinematografica americana — tentata di allinearsi al nuovo corso politico di Trump — è arrivata da un film d'animazione. A febbraio, infatti, la produzione cinese *Ne Zha 2* è diventata, in appena quattro settimane, il film d'animazione con il maggiore incasso di sempre, superando gli 1,6 miliardi di dollari di *Inside Out 2* e chiudendo la sua corsa con oltre 2 miliardi di dollari al box office mondiale.

Un risultato impressionante, soprattutto se si considera che *Ne Zha 2* ha conquistato anche il primato del maggiore incasso di sempre — non solo per un film d'animazione — in un singolo territorio. Ha infatti superato i 936,7 milioni di dollari ottenuti in Nord America da *Star Wars: Il Risveglio della Forza*, raggiungendo il traguardo in soli 11 giorni, contro i 165 impiegati dal film di J.J. Abrams. La qualità visiva del film ha contribuito anche a un'ottima performance nelle sale IMAX: circa 131 milioni di dollari provengono da queste sale, rendendo *Ne Zha 2* il titolo più redditizio di sempre nei cinema IMAX in Cina, davanti agli 83,5 milioni di *Avengers: Endgame*.

I numeri del successo di *Ne Zha 2* sono da manuale... o da regime. Non solo ha dominato il box office durante le festività del Capodanno cinese — tradizionalmente affollate di nuove uscite — ma ha saputo mantenere lo slancio anche nelle settimane successive, arrivando a detenere fino al 70% del mercato nei momenti di punta. A spingerlo non sono stati soltanto un'efficace campagna marketing e l'apprezzamento del pubblico, ma anche la narrazione costruita attorno al film, proposto come simbolo di orgoglio nazionale in un periodo di forti tensioni economiche con gli Stati Uniti. Prima sono circolate recensioni entusiaste, poi, con l'appoggio del Governo, si è trasformata l'uscita in un vero e proprio evento carico di messaggi patriottici. Non sorprende, quindi, che il mercato estero abbia inciso pochissimo su questo risultato: l'uscita americana del film si è fermata a soli 19,6 milioni di dollari, distribuiti in circa 800 sale.

Che sia stato proprio *Ne Zha 2* il film scelto per questa operazione non è affatto casuale. Solitamente i campioni d'incasso in patria sono action con sottotesti politici, come *Wolf Warrior 2*, o film di guerra che rileggono eventi storici in chiave patriottica, come *The Battle at Lake Changjin* o *800 Eroi*: operazioni di propaganda esplicita. *Ne Zha 2*, invece, appartiene a un genere più trasversale e accessibile, capace di intercettare tutti i target di pubblico. La sua trama affonda nella mitologia cinese, trasformandosi in un veicolo ideale di soft power culturale. Racconta di due personaggi che, dopo essere stati colpiti da un fulmine e ridotti a spiriti erranti, vivono avventure e battaglie sotto la guida di un

maestro alla ricerca di una possibile reincarnazione. Una storia radicata nell'immaginario tradizionale, facile da promuovere come simbolo d'identità nazionale. Persino l'atto stesso di andare a vedere il film è stato descritto dai media e dal marketing come un gesto di sostegno al proprio Paese.

L'ironia dietro la costruzione di *Ne Zha 2*, e degli altri successi nazionali che lo hanno preceduto, è che sono armi create per contrastare l'egemonia culturale di Hollywood. Nel corso degli anni Dieci, la Cina aveva spalancato le porte ai film statunitensi, incrementando in modo significativo il numero di produzioni importate, con risultati notevoli: nel 2016 *Warcraft*, flop in patria, fu salvato proprio dal box office cinese; due anni prima *Transformers 4* divenne il primo film americano a incassare più in Cina che negli Stati Uniti. L'obiettivo di Pechino era chiaro: imparare dai maestri del blockbuster, sfruttare l'appeal dei loro prodotti per far crescere il pubblico delle sale, espandere il circuito cinematografico su tutto il territorio nazionale e diffondere l'abitudine di andare al cinema. Hollywood, dal canto suo, aveva iniziato a progettare i suoi film anche in funzione del mercato cinese, inserendo attori locali — come Chow Yun-fat in *Pirati dei Caraibi - Ai confini del mondo*, o ambientando intere sequenze in location cinesi, come in *Transformers 5* e *Pacific Rim*. Eppure, proprio quando la strategia sembrava consolidata, la Cina ha invertito la rotta: verso la fine del decennio ha chiuso le porte, riducendo drasticamente le importazioni di film stranieri.

A quel punto, l'industria cinese aveva ormai assorbito non solo le competenze necessarie per realizzare film altrettanto spettacolari quanto quelli hollywoodiani, ma anche le capacità di promuoverli e distribuirli con la stessa efficacia. Non a caso, la maggior parte dei venti film con il maggiore incasso nella storia del box office cinese appartiene agli ultimi sei anni. Tuttavia, il distacco tra *Ne Zha 2* e il secondo e terzo film cinese più visto di sempre, *The Battle at Lake Changjin* e *Wolf Warrior 2*, è netto: quasi un terzo in più, con oltre 2 miliardi di dollari per *Ne Zha 2* contro i circa 790 milioni degli altri due. Un divario che testimonia come la mobilitazione culturale e la scelta di trasformare il film in un'opera simbolo dell'identità nazionale abbiano fatto la differenza. BO

Ne Zha 2 vanta un box office di oltre 2 miliardi di dollari (raccolti principalmente in Cina). Uscito anche negli Stati Uniti, il film avrà anche una distribuzione in 37 Paesi europei grazie a Trinity CineAsia che ne ha acquisito i diritti per la release nel Vecchio Continente da Beijing Enlight Media

LA VITA DEI FILM DOPO LA SALA

UN NUOVO REPORT DELL'OSSERVATORIO EUROPEO DELL'AUDIOVISIVO SI È OCCUPATO DI ANALIZZARE COME E QUANDO I FILM USCITI AL CINEMA VENGONO POI PROGRAMMATI IN TV E DIFFUSI SULLE PIATTAFORME STREAMING IN EUROPA

di **Cristiano Bolla**

Con la ricerca *How are theatrical films distributed on TV and on VOD in the EU?*, l'Osservatorio Europeo dell'Audiovisivo ha voluto analizzare la distribuzione dei film in televisione e sulle piattaforme di video on demand (VOD) nei paesi dell'Unione Europea. Il rapporto esamina la presenza dei film che hanno precedentemente avuto un'uscita theatrical nei vari canali di distribuzione, il loro ciclo di vita e l'accessibilità per il pubblico, facendo emergere quindi il ruolo cruciale della sala cinematografica nel garantire la visibilità e la diffusione dei film europei.

Per cominciare, emergono alcune considerazioni: i canali televisivi lineari, avendo un numero limitato di slot per la programmazione, tendono a privilegiare i film che hanno avuto un certo livello di successo commerciale; al contrario, i servizi SVOD (servizi basati su abbonamento con accesso illimitato a un catalogo) e TVOD (piattaforme per noleggio o acquisto di singoli film) sono meno focalizzati sulle uscite *theatrical*: grazie ai loro vasti cataloghi, questi servizi possono combinare più facilmente film passati nelle sale e non, includendo, nel caso di SVOD, anche titoli originali.

Passando ai numeri, dai dati emerge che una quota significativa di film si sposta rapidamente dalla sala verso un altro canale di sfruttamento: il 63% dei titoli usciti nei cinema nel 2022 erano già disponibili su qualche altro media in almeno un Paese dell'UE nel corso dello stesso anno; concentrandosi sui singoli canali, TVOD e SVOD hanno offerto circa il 50% delle opere uscite in sala, mentre la TV si è fermata al 41%, ma la cifra cresce per i film prodotti più di cinque anni fa. Per quanto riguarda invece i film prodotti in Europa, il 61% di quelli usciti in sala ha trovato una seconda vita tramite canali TV e SVOD, ma la percentuale sale al 71% considerando il canale TVOD. La quota di film distribuiti

nei cinema nel 2022 e disponibili su TV e/o VOD nel 2022, tuttavia, è stata significativamente più bassa per i film dell'UE rispetto a quelli degli Stati Uniti: nei Paesi EU27, la percentuale si è fermata al 29% per la TV, al 26% per lo SVOD e al 21% per TVOD nel periodo preso in considerazione, contro invece una fetta statunitense che si attesta rispettivamente al 50%, al 35% e al 51%.

Ma quali film riescono a trovare questa via alternativa e successiva alla sala? Naturalmente i grandi successi: il 62% dei film europei arrivati sulla TV lineare ha registrato più di 100.000 spettatori durante l'uscita al cinema, mentre per SVOD e TVOD il dato cala al 41% e al 49%. Le piattaforme in abbonamento e per il noleggio/streaming sembrano quindi dare più spazio a film che non hanno necessariamente performato benissimo durante l'uscita theatrical: i film disponibili sui canali VOD e SVOD con meno di 10.000 spettatori registrati ammontano al 33% e al 23%, molto più che il 14% della TV lineare.

I dati che riguardano il canale televisivo dipendono, però, anche dalla "potenza" dei singoli Paesi per quanto riguarda la produzione locale. La media del 63% di film usciti al cinema che passano in TV cala, infatti, al 53% in Francia e al 55% in Germania, perché il volume di produzione del settore è maggiore rispetto ad altri Paesi – come l'Italia, che occupa il terzo posto per percentuale di film europei trasmessi in tv (72%), dopo Austria (82%) e Estonia (73%). Il rapporto si inverte invece considerando lo SVOD: l'Italia qui figura tra i Paesi con un alto volume di produzione insieme a Francia e Spagna e il dato sulla quantità di film usciti in sala poi disponibili in streaming sale così al 45% rispetto alla media del 40%. In questo caso, ad abbassare il totale è soprattutto la crescente produzione di titoli originali pensati direttamente per lo streaming.

I dati, insomma, suggeriscono che, nonostante l'ascesa dei servizi digitali e delle piattaforme di streaming, le sale cinematografiche continuano a essere una tappa fondamentale nella vita di un film europeo. Il futuro della distribuzione cinematografica europea sembra quindi orientato verso una continua integrazione tra i canali tradizionali e digitali, con le sale che potranno continuare a giocare un ruolo centrale nella visibilità dei film. BO

FILM DISTRIBUITI IN SALA DISPONIBILI IN TV, SVOD E TVOD (2023)

Numero e % di film trasmessi sulle TV lineari che hanno precedentemente avuto una distribuzione theatrical in Europa (EU17)

Numero e % di film disponibili sulle piattaforme SVOD che hanno precedentemente avuto una distribuzione theatrical in Europa (EU17)

Numero e % di film disponibili sulle piattaforme TVOD che hanno precedentemente avuto una distribuzione theatrical in Europa (EU17)

Fonte: European Audiovisual Observatory, LUMIERE, JustWatch, Metaprofile

FILM DISTRIBUITI IN SALA DISPONIBILI IN TV PER NAZIONALITÀ (2023)

Fonte: European Audiovisual Observatory, LUMIERE, JustWatch, Metaprofile

FILM DISTRIBUITI IN SALA DISPONIBILI SU PIATTAFORME SVOD PER NAZIONALITÀ (2023)

Fonte: European Audiovisual Observatory, LUMIERE, JustWatch, Metaprofile

FILM DISTRIBUITI IN SALA DISPONIBILI SU PIATTAFORME TVOD PER NAZIONALITÀ (2023)

Fonte: European Audiovisual Observatory, LUMIERE, JustWatch, Metaprofile

Un giovanissimo Ron Howard (7 anni) che prova a suonare il trombone sul set di *The Music Man*

Disney
Lilo &
Stitch
DAL 21 MAGGIO
SOLO AL CINEMA